Das Versteigerungsgewerbe, seine Kosten und sein Ertrag

Inaugural-Dissertation

zur

Erlangung der Doktorwürde

genehmigt von der Philosophischen Fakultät

der

Friedrich-Wilhelms-Universität

zu Berlin

von

Ludwig Schmidt

aus Frankfurt a. M.

Tag der mündlichen Prüfung: 21. Juli 1932

Tag der Promotion: 1. März 1933

Druck von Gebrüder Hoffmann, Charlottenburg, Schillerstraße 44.

276

Referenten: Staatssekretär z. D. Prof. Dr. Julius Hirsch
Prof. Dr. Ludwig Bernhard

R. UNIV.
BIBLIOTHEEK
LEIDEN

Inhaltsverzeichnis

Seite

Vorbemerkung V

A. Die Entwicklung der Versteigerung als Absatzform und ihre Anwendungsmöglichkeiten 1

I. Zwangsweise und freiwillige Versteigerungen 1

II. Die Versteigerertätigkeit 3

B. Die Grundlagen des Versteigerungsgewerbes 6

I. Die staatlichen Eingriffe in die gewerbliche Freiheit . . . 6

II. Das Versteigerungsmaterial 9

a) Die Materialbegrenzung 10

b) Die Auswirkungen der Materialbegrenzung 14

III. Die Träger des Versteigerungsgewerbes 15

a) Der Personenkreis 15

b) Die Stellung des freien Versteigerers 17

c) Die Betriebsformen 21

Das Versteigerungsbüro — Das allgemeine Auktionshaus — Das spezialisierte Auktionsunternehmen

IV. Die Bestimmungsgründe des Umsatzvolumens 25

a) Die Veränderungen des Materialbestandes 26

b) Die Einstellung der Bevölkerung 28

C. Die Preisbildung 30

I. Die Grundlagen der Preisbildung 30

II. Die freie Preisbildung 31

III. Die Einwirkungen auf die Preisbildung 32

a) Preisbeeinflussung durch die Verkäufer 32

b) Preisbeeinflussung durch den Versteigerer 34

c) Preisbeeinflussung durch die Käufer 35

IV. Die Preishöhe 36

Seite

D. Der Versteigerungsbetrieb 38

I. Die betriebswirtschaftlichen Grundlagen 38

II. Die einzelne Versteigerung 40

a) Der Bruttoertrag 40

1. Das Aufgeld 40

2. Die Abgaben der Auftraggeber 42

aa) Die einheitliche Umsatzprovision 43

bb) Die steigende Umsatzprovision 45

cc) Die Überpreisbeteiligung 45

dd) Die Rückkaufsprovision 46

ee) Die feste zusätzliche Leistung 47

ff) Die feste Vergütigung 47

b) Die speziellen Kosten der einzelnen Versteigerung . . . 47

1. Die fixen Kosten 48

aa) Bestimmungsgrundlagen 48

Die äusseren Umstände einer Versteigerung — Die Marktlage bei der Versteigerung — Die vorsätzlichen Einwirkungen auf die Preisbildung

bb) Die Werbetechnik 52

2. Proportionale und Sonderkosten 54

3. Kosten und Umsatz 54

c) Der Reinertrag 60

III. Die Rentabilität des Betriebes 64

a) Die Generalunkosten 64

1. Die Kosten der dauernden Bereitschaft 65

2. Die Kosten für die Steigerung der Betriebsausnutzung . 67

3. Besondere Risiken 68

b) Der Betriebsgewinn 70

Schlußwort 70

Literaturverzeichnis 73

Vorbemerkung

Eine Darstellung des Gewerbes der Versteigerer als *Handelsbetrieb* und eine Untersuchung der Umstände, welche die Erfüllung der volkswirtschaftlichen Aufgaben dieses Gewerbes beeinflussen, ist neu. Die vorhandenen Arbeiten über das Versteigerungswesen — ausgenommen die Untersuchungen über Großhandelsauktionen, die auch hier nicht einbezogen werden sollen — behandeln ganz allgemein die Versteigerung als Absatzform, oder sie beschäftigen sich mit zeitweise aufgetretenen Mißständen oder sind lediglich Kommentare behördlichen Vorschriften. Auch in der ausländischen Literatur hat der Verfasser eine eingehendere Behandlung der Versteigerertätigkeit als Gewerbebetrieb nicht gefunden.

Wie auf allen Gebieten, die in der Literatur als Neuland anzusehen sind, sind die geschilderten Tatsachen und ihre Zusammenhänge das Ergebnis einer eigenen Enquete des Verfassers, bei der das Hauptgewicht der Orientierung nicht in zahlenmäßigen Feststellungen, sondern in der Schilderung tatsächlicher Zustände liegt. Die vorliegende Abhandlung ist daher in erschöpfendem Umfang nur durch gleichzeitige Verwertung der Erfahrungen mehrerer in verschiedenen Städten ansässiger Auktionsfirmen möglich gewesen.

Bei einer kritischen Erörterung der bestehenden Verhältnisse im Versteigerungswesen erschien es auch verschiedentlich angebracht, die Einrichtungen außerdeutscher Länder zum Vergleich heranzuziehen, wenn sie erheblich von denjenigen in Deutschland abweichen.

A. Die Entwicklung der Versteigerung als Absatzform und ihre Anwendungsmöglichkeiten

Die Versteigerung oder Auktion ist diejenige Form des Güter- und Warenabsatzes, die innerhalb eines versammelten Käuferkreises zu einer festgesetzten Zeit an einem bestimmten Ort den Verkauf einer Sache an den Meistbietenden bezweckt[1]). Oeffentliche Abwicklung und ein schneller, vielfach das gesamte Angebot umfassender Vollzug des Verkaufs sind ihre charakteristischen Momente. Aus den verschiedenen Ursachen der Bereitstellung von Sachgütern zu Versteigerungszwecken ist die Scheidung zwischen *zwangsweise* durchgeführten und *freiwilligen* Auktionen entstanden, die von frühester Zeit an die Entwicklung des Versteigerungswesens beeinflußt hat.

I. Zwangsweise und freiwillige Versteigerungen

Als öffentliche, jedem zugängliche Veranstaltungen sind Versteigerungen in weitgehendem Maße geeignet, für alle Verkäufe, die *aus einer Zwangslage* heraus vorgenommen

[1]) Vgl. Definitionen von Ehrenberg: „öffentlicher Verkauf beweglicher Sachen an den Meistbietenden im Gegensatz zum Verkauf aus der Hand." (Artikel Auktion im Handwörterbuch der Staatswissenschaften 1924, Bd. II, S. 19); Oberparleiter: „öffentliche Auktion eines der Menge nach feststehenden Angebots an den Meistbietenden unter einheitlicher Leitung." (Artikel Versteigerungsmärkte im Handwörterbuch der Betriebswirtschaft 1928, Bd. 5, S. 750); Jessen: „öffentlicher Verkauf an den Meistbietenden" unterscheidet „Auktion im Warenhandel vom Versuch einer Marktbildung für Gegenstände, die für den Marktverkauf nicht geeignet sind." (Artikel Auktion im Wörterbuch der Volkswirtschaft 1931, Bd. I, S. 209).

werden, und die jeden nachträglichen Einwand irgend einer Benachteiligung ausschließen sollen. So bildete die Auktion schon im Altertum eine *behördliche Hilfseinrichtung*. Die große Verbreitung dieser behördlichen Auktionen regte verständlicherweise frühzeitig an, solche scheinbar einfache Absatzform auch *privaten* Zwecken nutzbar zu machen. Ueber die geschichtliche Entwicklung der aus *freiwilligem Entschluß* vorkommenden Versteigerungen ist wenig bekannt. Die überlieferten gesetzlichen Maßnahmen verschiedener Staaten befaßten sich bis in das 18. Jahrhundert nur mit den auf behördlichen Antrag erfolgten Versteigerungen. Die ersten Versuche einer staatlichen Regelung freiwilliger Auktionen bezogen sich nur auf die Veräußerung neuer Handelswaren. Damit tritt aber bereits die Scheidung zwischen *Privatpersonen* und *Händlern* in Erscheinung, die auf die Gestaltung des Versteigerungswesens fortlaufend maßgeblich eingewirkt hat.

Die Auktionsverkäufe *Privater*, die sich mit wenigen Ausnahmen auf gebrauchte Sachen beschränken, sind meistens einmalige und unerwartet eintretende Verkaufsfälle. Wo eine unvorhergesehene Veräußerungsabsicht auftritt, bildet die Eigenart der Versteigerung als Absatzform immer eine geeignete Verkaufsmöglichkeit. Da auch der Handelswert gebrauchter Verkaufsgüter großen Schwankungen unterworfen ist, erfüllt die Versteigerung gleichzeitig die weitere Funktion, einen Marktpreis zu bilden in solchen Fällen, in denen dieser infolge der Beschaffenheit und Erhaltung der Ware, aus Gründen der Seltenheit oder wegen eines besonderen Liebhaberinteresses noch nicht feststeht.

Anders zu beurteilen sind die Versteigerungsverkäufe der *Händler*. Diese machen sich Auktionen vorwiegend zur Deckung eines dringlichen Geldbedarfs oder zur Abstoßung von Lagergütern zunutze. Diese Ausnutzung der Versteigerung als Absatzmittel von Handelswaren war in den einzelnen Staaten verschieden; ihr Einfluß auf das Wirtschaftsleben wechselte stark. Teils wurden eigene Lagerbestände im gan-

zen zur Versteigerung gegeben, teils wurden aufgekaufte Einzelobjekte und Warenposten zu Auktionen zusammengestellt. Je nach der Nachfrage wurden diese Warenmengen zum Nachteil des ortansässigen Handels von Ort zu Ort gebracht. Die Mißstände, die sich daraus ergaben, wurden durch Kontrollmaßnahmen oder Verbote bekämpft.

Die einzigen Versteigerungen, die sich frei von gesetzlichen Sonderbestimmungen entwickelt haben, sind die Großhandelsauktionen von Naturprodukten. Die schnelle Absatzmöglichkeit begünstigt hier diese Umsatzform, da zur Vermeidung von Lagerkosten und mit Rücksicht auf den leichten Verderb vieler Erzeugnisse der restlose Absatz großer Warenmengen in kürzester Frist erforderlich ist. Da für die auf den Großhandelsauktionen abgesetzten Waren im allgemeinen ein gut funktionierender Markt besteht, können die Ergebnisse der einzelnen Auktionen vom jeweiligen Marktpreis nicht allzu stark verschieden sein. Zufälligkeiten der Preisbildung, wie sie bei Versteigerungen nicht marktgängiger Objekte eintreten können, sind hier fast ausgeschlossen. Bei den Großhandelsauktionen tritt also die Funktion der Preisbildung gegenüber der reinen Warenverteilung stark zurück.

II. Die Versteigerungstätigkeit

Die große Zahl der zu allen Zeiten abgehaltenen Versteigerungen hat einen Berufsstand geschaffen, der sich gewerbsmäßig mit ihrer Durchführung befaßt. Bis in das 19. Jahrhundert berechtigte meist nur die Erteilung einer besonderen behördlichen Erlaubnis zur Vornahme von Auktionen. Solange die behördlichen Auktionen die privaten an Zahl weit überstiegen, wurden auch die letzteren von den gleichen Versteigerern und ohne Unterschied abgewickelt. Es konnte aber nicht ausbleiben, daß die verschiedenartigen Zwecke der freiwilligen Versteigerungen das Verhältnis zwischen Auftrag-

gebern und Versteigerern beeinflußten. Dies wirkte sich um so schneller aus, je mehr sich das Anwendungsgebiet der außergerichtlichen Verkaufsfälle verbreiterte. Mit der wachsenden Bedeutung dieser Auktionen für das Wirtschaftsleben ist in der Ausübung der Versteigerertätigkeit die Scheidung zu beobachten, die auch das moderne Auktionswesen beherrscht: entweder Vornahme von Versteigerungen als *reine Vermittlung* zu gesetzlich festgelegten Verkaufsgebühren oder durch *Uebernahme eines Unternehmerrisikos* auf Grund von besonderen Abmachungen, die zwischen Auftraggeber und Auktionator frei vereinbart werden.

Gerichtliche Versteigerungen oder solche, die nur kraft einer besonderen Konzession vorgenommen werden können, erfolgen heute, ebenso wie früher, nach einer allgemein festgesetzten Verkaufsordnung. Der Auktionator ist als Hilfsperson der Behörde an bestehende Gebührensätze gebunden. Er vermittelt lediglich den Verkauf der zur Versteigerung gelangenden Objekte. Durch seine Tätigkeit kann er die Angebotsmenge in keiner Weise steigern. Seine Arbeit dient ausschließlich der Abwicklung der Warenübertragung. Für die Deckung seiner Auslagen haftet der Auftraggeber. Es besteht für ihn kein Verlustrisiko für den Fall eines Fehlschlags, es sei denn, daß er den bestehenden Vorschriften zuwiderhandelt, unerlaubte Kredite gibt oder für Unterschleife seiner Gehilfen aufzukommen hat. Sein tatsächlicher Gewinn setzt ein mit dem Beginn des Umsatzes und wächst mit dessen Steigen.

Erst mit der Vermehrung der Versteigerungsmöglichkeiten, hervorgerufen durch das Anwachsen des freiwillig zur Versteigerung gelangenden Materials, entstand ein Kreis von Auktionatoren, die sich vollkommen andere Aufgaben stellten, und denen die Festsetzung aller Verkaufsbedingungen selbständig überlassen blieb. Damit war der eigentliche Grund gelegt zu einem Gewerbe, das im heutigen Wirtschaftsleben eine wachsende Rolle spielt.

Die vorliegende Abhandlung stellt sich die Aufgabe, die volkswirtschaftliche und privatwirtschaftliche Bedeutung des modernen Versteigerungsgewerbes zu untersuchen. Das steigende Interesse, das alle Schichten der Bevölkerung diesem Gewerbe entgegenbringen, findet seine Begründung in der Tätigkeit der freien Auktionatoren, die die ihnen übertragenen Aufträge nicht mehr als reine Mittelspersonen zwischen Verkäufer und Ersteher auswerten, sondern als selbständige Unternehmer, die mit dem Versteigerungsergebnis auf das engste verknüpft sind. Die Darstellung berücksichtigt daher nur solche Versteigerungen, die auf Grund freier Vereinbarung zwischen Auftraggeber und Versteigerer stattfinden, und deren Durchführung nicht durch gesetzliche Vorschriften einem beschränkten Kreis, den beeidigten und öffentlich angestellten Versteigerern, vorbehalten ist. Es soll also weder von der gewerbsmäßigen Tätigkeit bei behördlichen oder Pfandversteigerungen, auch nicht von den rein maklermäßig vorgenommenen Warenumschlag-Versteigerungen die Rede sein.

B. Die Grundlagen des Versteigerungsgewerbes

I. Die staatlichen Eingriffe in die gewerbliche Freiheit

Die Reichsgewerbeordnung von 1869 hatte alle Beschränkungen, die vorher für den Gewerbebetrieb der Versteigerer bestanden, aufgehoben und das Gewerbe in vollem Umfang freigegeben. Die erste Einschränkung dieser Freiheit brachte die Novelle vom 1. Juli 1883. Beschwerden über Mißstände im Versteigerungswesen, die vor allem von Sachsen, Braunschweig und Sachsen-Altenburg vorgebracht wurden [2]), führten zu einer Ausdehnung der §§ 35 und 38 der Reichsgewerbeordnung auf das Gewerbe der Auktionatoren. Danach konnte der Gewerbebetrieb untersagt werden, wenn „Tatsachen vorliegen, welche die Unzuverlässigkeit des Gewerbetreibenden in Bezug auf dessen Gewerbebetrieb dartun" (RGO §35). Zugleich wurde es nicht beeidigten, also den freien Auktionatoren verboten, die Versteigerung von Immobilien vorzunehmen. Außerdem wurden die Zentralbehörden der Länder ermächtigt, „Vorschriften darüber zu erlassen, in welcher Weise die Auktionatoren ihre Bücher zu führen und welcher polizeilichen Kontrolle über den Umfang und die Art ihres Geschäftsbetriebes sie sich zu unterwerfen haben" (RGO § 38, Abs. 4).

Diese Maßnahmen scheinen nicht den erwarteten Erfolg gezeitigt zu haben. Die Klagen über Schwindelauktio-

[2]) Vgl. Motive zur Novelle zur Reichsgewerbeordnung vom 1. 7. 1883.

nen, betrügerische Ausbeutung des Publikums und Schädigungen der Verkäufer verstummten nicht [3]). Um ihnen zu begegnen, erweiterte die Novelle vom 30. 6. 1900 das Eingriffsrecht der Zentralbehörden der Länder. Außer formalen Durchführungsbestimmungen konnten sie auf Grund dieser Novelle direkte, den Versteigerungsbetrieb regelnde Vorschriften erlassen.

Von dieser Befugnis haben fast alle größeren Bundesstaaten, so Preußen 1902, Bayern 1910, Sachsen 1903, Hessen 1926, Baden 1914, Mecklenburg-Schwerin 1925, Braunschweig 1907, Hamburg 1926, Bremen 1909, Lübeck 1918 durch den Erlaß landesrechtlicher Vorschriften Gebrauch gemacht [4]). In anderen Ländern, in denen ein Einschreiten der Behörden erforderlich erschien, wurde die Regelung des Versteigerungsbetriebes den Kommunen übertragen. Abgesehen von Abweichungen rein formaler Natur bestehen heute für das Versteigerungsgewerbe in allen deutschen Ländern nahezu einheitliche Richtlinien.

Die in Preußen erlassenen „Vorschriften über den Umfang der Befugnisse und Verpflichtungen, sowie über den Geschäftsbetrieb der Versteigerer vom 10. 7. 1902" [5]), die inzwischen durch verschiedene Zusatzbestimmungen abgeändert worden sind, regeln in den Einzelheiten das Versteigerungswesen am eingehendsten [6]). Sie haben ohne Zweifel den

[3]) Vgl. Motive zur Novelle zur Reichsgewerbeordnung vom 30. 6. 1900.

[4]) Vgl. Olshausen, Die Regelung des Geschäftsbetriebs der freien Versteigerer in Preußen, in Jahrbuch für Gesetzgebung, Verwaltung und Volkswirtschaft, herausgegeben von Schmoller, 1906, Heft 4, und von Thenen, Referat in der Sitzung des Industrie- und Handelstages, Berlin am 26. 4. 1927.

[5]) Ministerialblatt der Handels- und Gewerbeverwaltung 1902, S. 279; im Folgenden abgekürzt als „Preußische Vorschriften" zitiert.

[6]) Soweit in der vorliegenden Abhandlung daher auf behördliche Vorschriften Bezug genommen wird, handelt es sich um diejenigen Preußens.

meisten Ländern zum Vorbild gedient [7]). In ihrem wesentlichsten Inhalt umfassen die Preußischen Vorschriften das Preußische Reglement für die außergerichtlichen Auktionatoren vom 15. 8. 1848. „Nach langen Irrwegen ist wieder das erlangt worden, was bereits in diesem Reglement steht" [8]). Jedoch ist dessen Inhalt gekürzt um solche Vorschriften, die, wie Konzessionierung, Stellung einer Kaution und die Ablegung eines Fähigkeitsnachweises, zu dem Grundsatz weitestgehender Gewerbefreiheit im Widerspruch stehen. Ebenso fehlt die dem Reglement beigegebene Gebührentaxe. Das Reglement ist hingegen ergänzt durch Bestimmungen, die zumeist eine genaue Abgrenzung des zum Versteigerungsverkauf zulässigen Materials zum Ziel haben. Die Abweichungen der heute maßgebenden Regelung des Auktionsgewerbes von der vor mehr als 80 Jahren erfolgten bestehen somit vorwiegend darin, daß der von jeder Gebundenheit an eine Gewerbeerlaubnis befreite Wettbewerb in seiner Freiheit dadurch gehemmt ist, daß eine wachsende Einmischung der Behörden die verfügbare Menge der Versteigerungsgüter einzuschränken sucht.

Die gewerbliche Durchführung von freiwilligen Versteigerungen beweglicher Sachen für Rechnung eines Auftraggebers steht heute in Deutschland jedermann frei. Es ist den dazu befugten Staats- und Kommunalbehörden oder Korporationen aber vorbehalten, Personen, welche das Versteigerungsgewerbe betreiben wollen, auf die Beobachtung der bestehenden Vorschriften zu beeidigen und öffentlich anzustellen. Die Beeidigung erweitert das Tätigkeitsfeld dieser Personen dahin, daß „die Bestimmungen der Gesetze, welche an die Handlungen der Auktionatoren besondere rechtliche Wirkungen knüpfen" [9]) nur auf die beeidigten Versteigerer zu beziehen

---

[7]) Vgl. hierzu auch Olshausen, Geschäftsbetrieb der Versteigerer, S. 61 bis 64.

[8]) Stieda, Auktionen, in der Festgabe für Lexis, Jena 1907, S. 334.

[9]) Reichsgewerbeordnung, § 36, Abs. 2.

sind [10]). In der Verwertung von Gegenständen aus fremdem Besitz und in der Befugnis zur Annahme des Verkaufserlöses findet die dem Versteigerer übertragene Treuhandfunktion ihren äußeren Ausdruck.

Diejenigen Personen, die die Tätigkeit eines Versteigerers beginnen, haben vor der Eröffnung des Gewerbebetriebes der Ortspolizeibehörde ihres gewerblichen Niederlassungsortes hiervon Anzeige zu machen [11]).

Die Ausübung des Gewerbes wird jedoch wesentlich durch die Maßnahmen beeinflußt, durch die die Gesetzgebung die gewerbliche Freiheit einengt.

Die staatlichen Eingriffe sind vor allem auf eine Einengung der Versteigerungen als eines Verkaufsinstruments, das den regulären Handel schädigen könnte, gerichtet. Neben dem Schutz des seßhaften Warenhandels haben die einschränkenden Bestimmungen weiterhin den Zweck, die Abwicklung der einzelnen Versteigerungen zu überwachen und durch Regelung der gesamten Betriebsführung die Verkäufer und Käufer auch bei der Preisbildung vor einer unlauteren Geschäftsgebarung zu bewahren. Durch die Beschränkungen der Gewerbefreiheit ist nicht nur die Zusammensetzung des zur Versteigerung gelangenden Materials entscheidend bestimmt, sondern vor allem auch die Berufseinstellung der Träger des Gewerbes stark verändert worden.

II. Das Versteigerungsmaterial

Das Material, das für das Versteigerungsgewerbe in Frage kommt, umfaßt alle „beweglichen Sachen", ist also bei-

[10]) Die mit der Beeidigung verbundene Erweiterung des Tätigkeitsbereiches erstreckt sich auf die Vornasme öffentlicher Verkäufe im Sinne des BGB, des HGB oder anderer Gesetze. Vgl. hierzu Hoffmann, Der Geschäftsbetrieb der Versteigerer in Preußen, Berlin 1929, S. 12—15. Da das freie Versteigerungsgewerbe von der Durchführung derartiger Auktionen ausdrücklich ausgeschlossen ist, finden diese im Rahmen dieser Abhandlung keine Berücksichtigung.

[11]) Reichsgewerbeordnung § 35.

nahe unbegrenzt. Infolge der behördlichen Vorschriften unterliegt es jedoch keiner einheitlichen Behandlung. Nach dem Zustand der Objekte werden *gebrauchte Sachen* und *neue Waren*, nach den Besitzverhältnissen *Privatbesitz* und *Händlerware* unterschieden.

a) Die Materialbegrenzung

Gebrauchte Sachen sind alle Gegenstände, die „bereits für die Bedürfnisse des einzelnen Konsumenten zugerichtet worden sind oder Verwendung gefunden haben“ [12]). Ihre Anzahl ist „durch gewisse natürliche Grenzen selbst bestimmt. Denn wieviel gebrauchte Stücke zur Versteigerung kommen, hängt von dem wirklich stattgehabten Gebrauch und von der Zahl der außer Verwendung gesetzten Gegenstände, also von objektiv feststehenden Tatsachen ab.“ [13]) Der Verkauf gebrauchter Waren ist auf dem Weg der Versteigerung unbeschränkt zulässig.

Anders verhält es sich mit der Versteigerung *neuer Sachen*, soweit sie als Waren anzusehen sind. Die Beschaffung derartiger „Güter, mit denen sich der Handel beschäftigt“ [14]), ist stets in unbegrenzter Zahl und in jeder Art möglich. Ihr Absatz durch Versteigerungen wurde daher bald einer besonders umfassenden Regelung unterworfen.

Der Fortfall jeder behördlichen Kontrolle nach Inkrafttreten der Reichsgewerbeordnung im Jahre 1869 hat zunächst dazu geführt, daß sich die Versteigerer in erster Linie den Warengruppen zuwandten, die ihnen jederzeit in beliebiger Menge zur Verfügung standen. Zu diesen Gütern traten Warenmassen, die teils dem unmittelbar bevorstehenden Konkurs entzogen [15]), teils lediglich für den Versteigerungsverkauf her-

[12]) Hoffmann, Versteigerer in Preußen, S. 41.

[13]) Süßheim, Das moderne Auktionsgewerbe, Leipzig 1900, S. 42.

[14]) Hoffmann, Versteigerer in Preußen, S. 53.

[15]) Stieda, Auktionen, S. 324.

gestellt wurden[16]). Das Angebot neuer Sachen überwog bei weitem dasjenige gebrauchter Objekte. In allen größeren Städten entstanden gegen die Jahrhundertwende Auktionshallen[17]), in denen fast ausschließlich neue Sachen verkauft wurden. Dadurch erwuchs dem regulären Einzelhandel eine unvorhergesehene Konkurrenz, die bei jeder Neuregelung des Auktionsgewerbes besonders berücksichtigt wurde. Die Vornahme von Versteigerungen neuer Waren wurde von einer Genehmigung der Ortspolizeibehörde abhängig gemacht. Die Kontrolle erstreckt sich heute sowohl auf die Waren selbst, als auch auf die Anlässe, die zum Verkauf geführt haben. Gleichzeitig unterliegt es einer eingehenden Prüfung, ob und in welchem Maße das Warenangebot den Interessen der Gewerbetreibenden des Versteigerungsorts zuwiderläuft.

Für die ordnungsmäßige Vorbereitung der Kontrollmaßnahmen trägt der Versteigerer persönlich die Verantwortung[18]). So hat er unter Einhaltung einer vorgeschriebenen Frist der Ortspolizeibehörde, in deren Bezirk die Versteigerung stattfinden soll, von dem Auktionstermin und dem Standort der Waren unter Beifügung eines genauen Verzeichnisses Anzeige zu machen. Für die Richtigkeit dieses Verzeichnisses ist er allein haftbar. Die behördliche Genehmigung wird versagt, wenn die Sachen zum Zweck der Versteigerung aufgekauft oder angefertigt worden sind. Sie kann versagt werden, wenn die Versteigerung eine empfindliche Schädigung der ansässigen Gewerbetreibenden herbeiführen würde, oder wenn gegen den angegebenen Anlaß, den Eigentümer oder gegen dessen Angaben Bedenken bestehen. Insbesondere kann die Versteigerung untersagt werden, wenn der Verdacht begründet ist, daß der Verkauf zu Zwecken des unlauteren Wettbewerbes vorgenommen werden soll[19]).

---

[16]) Vgl. Motive zur Novelle zur Gewerbeordnung 1900, S. 17.
[17]) Vgl. hierzu Süßheim, Auktionsgewerbe, S. 257 ff.
[18]) Kammergerichtsentscheidung vom 26. 10. 1926.
[19]) Vgl. Preußische Vorschriften § 33, Abs. 1 und 2.

In der Durchführung dieser Bestimmungen ist eine Uneinheitlichkeit unvermeidlich. Die Nachprüfung der Besitzverhältnisse und damit die Feststellung des tatsächlichen Versteigerungsanlasses stoßen häufig auf große Schwierigkeiten. Mitunter sind die Auftraggeber von den Eigentümern nur vorgeschoben, um den wahren Verkaufsgrund zu verheimlichen.

Besonders schwierig ist die Klärung des Konkurrenzeinwandes. Um diesen zu beurteilen, hat die Ortspolizeibehörde „soweit tunlich, vor ihrer Entschließung einen oder mehrere sachverständige Gewerbetreibende zu hören, die entweder von ihr nach eigenem Ermessen ausgewählt, oder ihr für solche Fälle von der Handelskammer (kaufmännische Korporation) namhaft gemacht werden“ [20]). Aber auch verschiedene Einstellung der Sachverständigen führt vielfach zu widersprechenden Entscheidungen, sodaß immer wieder Klagen des Einzelhandels über Mißstände bei Versteigerung neuer Sachen laut werden.

Um die in den einzelnen Kammerbezirken über die Mißstände im Versteigerungsgewerbe gemachten Erfahrungen zu sammeln, hat sich der Deutsche Industrie- und Handelstag Ende 1926 mit einer Rundfrage an die Industrie- und Handelskammern gewandt. Als Ergebnis dieser Rundfrage nahm der Einzelhandelsausschuß des Industrie- und Handelstages 1927 eine Entschließung an [21]), die unter anderem die Notwendigkeit eines einheitlichen Vorgehens der zuständigen Landesbehörden nochmals ausdrücklich betonte, sowie eine ausreichende Frist zur Prüfung der angemeldeten Versteigerungen und ins einzelne gehende Vorschriften über die Art der Versteigerungsveröffentlichung verlangte.

Weiterhin wurde für die Polizeibehörde die Ermächtigung verlangt, auch andere als neue Sachen in die verschärften

[20]) Begleiterlaß vom 14. 7. 1902 zu den Preußischen Vorschriften.

[21]) Vgl. Verhandlungen des Deutschen Industrie- und Handelstags 1927, Heft 7, S. 44—47.

Vorschriften über die Versteigerung einzubeziehen[22]). Ferner wurde als überaus einschneidende Maßregel eine Abänderung der Gewerbeordnung angestrebt, nach der das Auktionsgewerbe einer Konzessionierung unterworfen werden soll.

Nach den im Jahre 1930 von den freien Auktionatoren veröffentlichten Anzeigen von Warenversteigerungen bildeten in Berlin lediglich Geschäftsaufgabe, Umzug, Abstoßung von Konkursmassenbeständen und Verkäufe übereigneter Warenposten die Anlässe von Versteigerungen neuer Sachen.

Ueber die Zulassung von Konkurslägern, für welche die Versagung der Versteigerung zulässig ist[23]), herrschen unter den Gutachtern in vielen Fällen Meinungsverschiedenheiten. Auch die Frage, ob das Ausbieten von Konkursmassenbeständen zu dem Tätigkeitsbereich der freien Versteigerer gehört, ist oft umstritten worden. Nach einer Reichsgerichtsentscheidung sind jedoch solche Auktionen als freiwillige im technischen Sinne anzusehen, bei denen der Begriff „freiwillig" auf die Entscheidung des mit der Verwertung Beauftragten bezogen wird[24]).

Der immer stärker werdende Kampf gegen die Versteigerung neuer Sachen hat zu einer äußerst scharfen Anwendung der behördlichen Prüfungsbefugnis geführt. *Die Ausschaltung der Versteigerung als Absatzmittel zum Zweck der regulären Umsatzsteigerung ist oberstes Gesetz.* Die Möglichkeit, neue Waren durch eine Versteigerung abzustoßen, besteht für den Händler nur noch als eine Ausnahme.

---

[22]) Preußen hat durch Erlaß vom 12. 12. 1927 dieser Forderung Rechnung getragen und Versteigerungen von Kunst- und kunstgewerblichen Gegenständen, auch soweit sie aus Privatbesitz stammen, den Bestimmungen über Versteigerungen neuer Sachen unterworfen. (Ministerialblatt der Preußischen Handels- und Gewerbeverwaltung 1927, S. 449).

[23]) Hoffmann, Versteigerer in Preußen, S. 57.

[24]) Verhandlungen des Deutschen Industrie- und Handelstags 1927, Heft 7, S. 32—33.

Zum Versteigerungsmaterial gehören mithin *neue* und *gebrauchte, nicht zum Zweck des Versteigerungsverkaufs erworbene, bewegliche Gegenstände aller Art, die entweder aus dem „privaten Gebrauchsvermögen wieder in den Verkehr gelangen“* [25]*, oder die, soweit sie Waren darstellen, nicht als reguläre Lagerbestandteile eines laufenden Handelsbetriebs zum Verkauf bestimmt sind.*

b) Die Auswirkungen der Materialbegrenzung

Die Zulassungsverweigerung für alle regulären Handelswaren verhindert die freie Auswahl und schließt einen beliebigen Absatz von Massenposten aus. Den Auktionatoren, die vormals ihre Verkaufswaren uneingeschränkt entsprechend der Nachfrage und in dem Bestreben, mit dem Einzelhandel zu wetteifern, aus eigenen oder fremden Beständen ergänzten, wurde die Möglichkeit einer organisierten Bedarfsdeckung entzogen.

Die Unterscheidung zwischen gebrauchten und neuen Sachen ist für das Versteigerungsgewerbe entscheidend. Da der Versteigerer alle aus dem Konsum stammenden Güter ungehindert zur Versteigerung annehmen darf, entfaltet er in erster Linie für diese Tätigkeit eine große Propaganda. Die Uebernahme eines Versteigerungsauftrages für gebrauchte Sachen bleibt lediglich der freien Entschließung des Versteigerers überlassen und unterliegt nicht den Vorbehalten, die mit der Einholung der Genehmigung für neue Warenposten verbunden sind.

Hinzu kommt, daß diese letzteren meistens viel schwerer abzusetzen sind als alte Sachen. Vielfach handelt es sich nur um Rest- und Ausschußposten, die bereits längere Zeit zum Verkauf gestellt waren, und für die die Aufwendung von Versteigerungskosten ein erhöhtes Risiko bedeutet. Aus diesem Grunde pflegen die größeren Betriebe des freien Auktionsgewerbes Auktionen neuer Waren nur noch dann anzuneh-

---

[25]) Lexis, Allgemeine Volkswirtschaftslehre, Berlin-Leipzig 1913, S. 74.

men, wenn die zum Verkauf gestellten Waren ihrer Art nach dem speziellen Warengebiet des betreffenden Unternehmens angehören.

Von rd. 1100 Versteigerungen, die in Berlin 1930/31 von den freien Versteigerern abgehalten wurden, machten Auktionen von neuen Sachen nur 5 % aus[26]). Die letzteren bleiben vorwiegend den Gerichtsvollziehern überlassen, denen die Abhaltung freiwilliger Versteigerungen ebenfalls zusteht[27]) und die diese unter Ausschaltung jeden persönlichen Risikos vornehmen.

Das freie Versteigerungsgewerbe hat sich auf den Ausbau eines Marktes für den „Verkauf an die zweite Hand"[28]) konzentriert.

Alle Bestrebungen der Auktionatoren sind darauf gerichtet, Materialquellen, die diesen Markt speisen, aufzuspüren. Auf diesem Markt sammeln sich „Güter, die bereits in den Gebrauch von Konsumwirtschaften übergegangen sind und dort abgestoßen werden, weil sie bei noch vorhandenem technischen Gebrauchswert ihren subjektiven Gebrauchswert für den Besitzer verloren haben"[29]). Für das Aufstöbern solcher Güter wird vom Versteigerungsunternehmen eine rege Werbearbeit entfaltet, die Güter stammen fast ausnahmslos aus privaten Haushaltungen.

III. Die Träger des Versteigerungsgewerbes

a) Der Personenkreis

Von altersher hatte der Versteigerer fast ausschließlich Beamtencharakter. Selbst da, wo seine Eigenschaft als Gewerbetreibender ausdrücklich betont war, blieb an seiner Wirksamkeit durch die von ihm zu beobachtenden Formalitäten

[26]) Nach Durchsicht der Versteigerungsanzeigen in der Berliner Tagespresse, vorwiegend im Berliner Lokalanzeiger und im Berliner Tageblatt.

[27]) § 74, Ausführungen zum Gerichtsverfassungsgesetz.

[28])/[29]) Lampe, Artikel „Trödelhandel", im Handwörterbuch der Staatswissenschaften, Jena 1928, Band S. 293/94.

der Eindruck der behördlichen Tätigkeit haften. Diese Einstellung der Allgemeinheit zum Auktionator konnte auch durch die Freigabe des Gewerbes bis zum heutigen Tag nicht ganz beseitigt werden, umsomehr, als in der ausnahmsweisen Beeidigung noch ein besonderes Konzessionsrecht der Behörden für bestimmte Versteigerungsfälle bestehen blieb. Der Umstand, daß sowohl Gerichtsvollzieher wie Notare[30]) befugt sind, freiwillige Versteigerungen beweglicher Sachen vorzunehmen, unterstreicht nur den behördlichen Charakter des Auktionators.

Hieraus ergibt sich die zwiefache Einstellung der Versteigerer selbst zu ihrem Berufe. Der eine Teil sieht in dem Versteigerungsgewerbe einen reinen „Warenhandelsbetrieb", zu dessen Führung Warenkenntnisse und Erfahrungen im Absatz erforderlich sind. Der andere Teil sieht in dem Versteigerungsgewerbe einen reinen „Dienstleistungsbetrieb" mit der Aufgabe der Warenübertragung, ohne daß dazu Fach-, insbesondere Warenkenntnisse nötig wären. Entsprechend rekrutieren die Versteigerer aus Angehörigen verschiedener Klassen und Berufe, deren Ausbildung ebenfalls verschiedenartig ist. Neben Angehörigen verschiedener Handelszweige, vorwiegend des Möbel-, Tapezierwaren-, Kunst- und Antiquitätenhandels findet sich eine große Anzahl von Auktionatoren ohne jede kaufmännische oder fachliche Vorbildung.

Erleichtert wird die Begründung eines Auktionsunternehmens dadurch, daß ein Kapital weder zur Unterhaltung eines Warenlagers, noch als Kaution[31]) erforderlich ist. Vielfach genügt ein einzelner Versteigerungsauftrag, durch irgend eine persönliche Beziehung erworben, um einen Auktionsbetrieb zu begründen.

---

[30]) Hoffmann, Versteigerer in Preußen,

[31]) Die beeidigten Versteigerer haben vor der Anstellung eine Sicherheit nach den Vorschriften der Hinterlegungsordnung vom 8. 7. 1920 zu stellen. Preußische Vorschriften § 63; vgl. Hoffmann, Versteigerer in Preußen, S. 80.

Die Steigerung der Zahl der Betriebe, unabhängig von jeder Bedürfnisfrage findet hierin eine Erklärung. So ist die Zahl der Betriebe in Hamburg von 60 bis 80 vor dem Krieg auf fast 300 im Jahre 1927 [32]), in Berlin nach dem Adressbuch von 28 im Jahre 1913 auf 54 im Jahre 1930 gestiegen [33]). Unberücksichtigt sind dabei diejenigen, die nach Durchführung einer einzelnen Auktion aus Mangel an weiterem Verkaufsmaterial wieder eingegangen sind.

Außerdem sind auch in kleineren und kleinsten Städten im letzten Jahrzehnt Versteigerungsbetriebe entstanden, die Objekte, die früher zum Verkauf in die Großstädte gesandt wurden, am Platze selbst zum Ausgebot bringen. Sogar in Siedlungsbezirken ist die Abhaltung von Versteigerungen nicht mehr selten [34]).

Diese Vermehrung der Betriebe wirkt sich, vor allem seit der Inflationszeit, klar in der privatwirtschaftlichen Stellung der Versteigerer aus.

b) Die Stellung des freien Versteigerers

Vor dem Krieg hatte in den einzelnen Städten meistens ein einziges Auktionsunternehmen die unbestrittene Führung. Der dem Wert und der Menge nach weitaus größte Teil des zur Versteigerung gelangenden Materials floß von selbst in diesem Betrieb zusammen, während sich der Rest auf die übrigen verteilte. Diese führenden Unternehmen trugen meist die Bezeichnung „Kunstauktionshaus", obwohl auch Gebrauchsgegenstände zum Ausgebot gelangten.

Mit dem Entstehen zahlreicher und auch gleichrangiger Versteigerungsbetriebe ist nach dem Krieg eine Konkurrenz

[32]) Verhandlungen des Deutschen Industrie- und Handelstages, 1927, Heft 7, S. 117.

[33]) Der auffallende Unterschied in der Betriebszahl zwischen Hamburg und Berlin findet wohl darin seine Begründung, daß in Hamburg das Gewerbe als Folge zahlreicher Auktionen von Warenposten eine besondere Ausdehnung angenommen hat.

[34]) Verhandlungen des Deutschen Industrie- und Handelstags, 1927, Heft 7, S. 3.

entstanden, die eine wesentlich andere Auffassung der beruflichen Aufgaben zur Folge hatte. Die Erfordernisse der reinen Dienstleistung traten immer mehr in den Hintergrund. Die Verbundenheit mit der Versteigerungsware wurde oberster Grundsatz; Sachberatung von Verkäufern und Käufern kam in erhöhtem Maße hinzu.

Dadurch, daß immer höherwertige Objekte zur Versteigerung gebracht wurden, sollte das Vertrauen zum An- und Verkauf auf der Versteigerung gefördert werden. Mangelnde Branchenkenntnisse der Auktionatoren wurden durch Heranziehung geeigneter Mitarbeiter, die in engem oder losem Vertragsverhältnis standen, ersetzt. Die Organisation der Materialheranziehung und des Absatzes gründete sich bei einem rasch wachsenden Prozentsatz der Auktionsunternehmen auf die Warenkenntnisse der in den Betrieben Beschäftigten.

Die durch Konzentration auf Haushaltungsbestände fast vollzogene Spezialisierung des gesamten Gewerbes erleichterte diese Umwandlung. Es entstand ein Verkaufsmarkt an die zweite Hand, der nicht mehr wie einst mit dem Trödelhandel zu vergleichen ist.

Diese Ausgestaltung des Gewerbes, ausgehend von den Kunstauktionshäusern, griff auf den gesamten Gewerbezweig über. Wer konkurrenzfähig bleiben wollte, mußte sich im Ausbau seines Betriebs dieser Entwicklung anpassen. Die beeidigten Auktionatoren, die sich dieser risikoerhöhenden Sachlage durch Bindung an besondere Vorschriften nicht in gleichem Maße angeschlossen haben, sind fast ganz auf die Durchführung von Pfand- und sonstigen Versteigerungen, die ihnen ausdrücklich allein vorbehalten sind, zurückgedrängt worden. So wurden von 1100 in Berlin 1930/31 erfolgten freiwilligen Auktionen nur etwa 6 % durch beeidigte Versteigerer durchgeführt [35]).

---

[35]) Ausgezählt nach den Versteigerungsanzeigen in der Berliner Tagespresse, vorwiegend im Berliner Lokalanzeiger und im Berliner Tageblatt.

Diesen neuen, durch verschärften Wettbewerb hervorgerufenen Anforderungen trägt im modernen Versteigerungsgewerbe die wirtschaftliche Selbständigkeit der Versteigerer Rechnung. Aus dem Vermittler ist allgemein der Unternehmer geworden. Die Einzelheiten eines Versteigerungsbetriebes ähneln in weitem Maße dem Geschäft eines Einzelhändlers, nur fehlt bei dem ersteren die Lagerhaltung.

Diese neue Vertriebsorganisation verlangt die Bereitstellung von Kapital, das, je nach der Betriebsform, als Anlagekapital für ständige Bereitschaft oder als Betriebskapital für Durchführung und Finanzierung von Versteigerungen überwiegt.

Konkurrenz drängt zur intensiven Werbetätigkeit für Warenbeschaffung und Warenabsatz mit Werbemitteln aller Art. Der „Ausbau des Ansehens“ [36]) ist das Hauptbestreben der Werbetätigkeit. Für den einzelnen Betrieb ist das Gelingen der Materialheranziehung ein ausschlaggebender Faktor. Der Absatz setzt individuelle Kundenwerbung voraus. Der Käufer wird nicht nur durch formale Zuschlagerteilung beliefert, er wird in den meisten Fällen bedient. Für ihn bildet häufig die Beratung des Auktionators die Grundlage des Ankaufs.

Wohl befreien die allgemeinen Verkaufsbedingungen, die im wesentlichen bei allen Auktionsfirmen übereinstimmen, den Versteigerer von jeder Haftung [37]), doch trägt die von allen größeren Auktionsunternehmungen beobachtete Sorgfalt bei

---

[36]) Oberparleiter, Funktionen- und Risikenlehre des Warenhandels, Berlin—Wien 1930, S. 141.

[37]) So heißt es in den Verkaufsbedingungen eines Berliner Kunstauktionshauses: „Die Gegenstände werden so versteigert, wie sie im Augenblick des Zuschlages sind. Mängelrügen sind deshalb ausgeschlossen, insbesondere werden daher auch Katalogzuschreibungen ebensowenig gewährleistet, wie Vollständigkeit und Erhaltung einzelner Bücher und Werke. Erhebliche Beschädigungen sind angegeben, soweit sie bei der Katalogisierung bemerkt wurden. Die Nichtangabe verbürgt aber keinesfalls das Nichtvorhandensein einer Beschädigung.

der Sichtung des Versteigerungsmaterials dazu bei, das Vertrauen der Bevölkerung zum Versteigerungsgewerbe zu erhöhen. Vereinzelte Mißstände, die sich aus der Befreiung der Auktionatoren von jeder Regreßpflicht ergeben, werden sich nie ganz vermeiden lassen. Eine gesetzliche Haftung für Fahrlässigkeiten, die sich, speziell bei Objekten von überwiegendem Seltenheitswert, aus einer zu subjektiv wertsteigernden Begutachtung herleiten ließe, ist in letzter Zeit wiederholt befürwortet worden.

Die Aufrechterhaltung jedes Versteigerungsunternehmens erfordert ein von der Betriebsgröße abhängiges Umsatzminimum. Hierdurch tritt zu dem Beschaffungs- und Absatzrisiko das Umsatzrisiko [38]). Wohl ist die Umsatzvermittlung vom Kapitalrisiko des Warenbestandes getrennt [39]). Doch erfordert die Uebernahme der Versteigerungsabwicklung auf eigene Rechnung ausreichenden Kapitalbesitz, und die dem Auktionator als Treuhänder übertragene Vermögensverwaltung verlangt entsprechende Kreditwürdigkeit.

Der freie Versteigerer trägt meist das Risiko eines Mißerfolges, das er nicht auf den Auftraggeber abwälzen kann. Sein Nutzen beginnt nicht, wie beispielsweise derjenige des Gerichtsvollziehers bei Vornahme von Pfandversteigerungen, mit dem Umsatz, sondern setzt erst ein mit dem Ueberschreiten der durch den Aufwand bestimmten Umsatzschwelle. „Den Gegenwert für seine Leistungen erhält er nicht für seine Arbeit, sondern für den Erfolg seiner Arbeit, und zwar in der Höhe der mit seinem Auftraggeber eingegangenen Konditionen“ [40]).

---

[38]) Terminologie nach Oberparleiter, Funktionen- und Risikenlehre des Warenhandels.

[39]) Vgl. hierzu und zu den folgenden Ausführungen Die Darstellung des Kommissionshandels bei Hirsch, Der moderne Handel, 2. Aufl. Tübingen 1925, §§ 4 und 12.

[40]) Vgl. hierzu Schuster, Artikel Die Handelskontrahenten in eigenem Namen, im Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, 1927, S. 61.

Der wirtschaftlichen Selbständigkeit des Versteigerers entspricht die rechtliche. Der Auktionator nimmt seine Geschäfte für Rechnung eines Auftraggebers vor, doch schließt er gegenüber dem Käufer im eigenen Namen ab. Obwohl seine berufliche Tätigkeit durch die Auftrag einer Partei, des Verkäufers, entsteht, vertritt er die Interessen beider, ohne daß der Verkäufer den Käufer und ohne daß dieser die Herkunft der versteigerten Objekte zu erfahren braucht. Er trägt Rechte und Pflichten des selbständigen Lieferanten und übernimmt das Delkredere für den Kaufbetrag. Die Rechtsverfolgung steht ihm im eigenen Namen zu. Dem Käufer gegenüber ist er zur Geltendmachung der Interesseforderung seines Auftraggebers ohne weiteres, also ohne besondere Abtretung der Rechte des Auftraggebers, befugt.

In der Literatur wird die Stellung des Auktionators meist ganz allgemein mit der des Maklers verglichen[41]). Dies ist berechtigt bei allen Auktionatoren mit reiner Vermittlungstätigkeit. Die freien Versteigerer jedoch, deren Verkettung mit dem Versteigerungsverlauf viel enger ist, stehen unter den Hilfspersonen des Handels dem Kommissionär weit näher. Allerdings ist ihnen jeder Eigenhandel verboten.

c) Die Betriebsformen

Die Betriebe des Auktionsgewerbes gliedern sich in drei Kategorien, die sich hauptsächlich durch die Art der Betriebsbereitschaft, durch die räumliche Ausdehnung der Absatzorganisation und durch die Gattung der Versteigerungswaren unterscheiden. Die wichtigsten Betriebsformen sind demnach:

1. das Versteigerungsbüro, die primitivste Form des Versteigerungsbetriebes,
2. das allgemeine Auktionshaus, und
3. das spezialisierte Auktionsunternehmen.

---

41) Vgl. Schuster, Artikel „Hilfspersonen beim Handelsabschluß", im Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, S. 165.

1. Das Versteigerungsbüro

Der Versteigerer besitzt keine eigenen Versteigerungsräume. Das Geschäftslokal besteht lediglich aus einem Büro. Die Durchführung der Versteigerungen erfolgt in von Fall zu Fall gemieteten Sälen oder am Standplatz der Versteigerungsobjekte. Die Auswirkung der Absatzorganisation ist fast ausnahmslos auf den Versteigerungsort beschränkt. Die Reklame ist nach Art und Umfang für jede Auktion die gleiche. Das Material gelangt unsortiert zum Ausgebot.

Bei der wirtschaftlichen Schwäche dieser „fliegenden Versteigerer" ist ihr Tätigkeitsfeld sehr begrenzt. Die sich in letzter Zeit häufende Zahl von Wohnungsversteigerungen, also von Versteigerungen am Standort der Versteigerungswaren, läßt sie jedoch wieder etwas stärker hervortreten.

2. Das allgemeine Auktionshaus

Es stellt den umfassendsten Versteigerungsbetrieb dar. Der Versteigerer besitzt eigene Ausstellungs-, Versteigerungs- und Lagerräume, in denen die Auktionen vorwiegend stattfinden. Auktionen am Standort der Objekte sind nicht ausgeschlossen. Die Versteigerungsgüter werden gesammelt, sortiert und gelagert mit dem Ziel, durch geschickte Vereinigung die Absatzmöglichkeit zu erhöhen.

Die Reklame wird dem Durchschnittsniveau der Versteigerung angepaßt. Das Absatzgebiet erstreckt sich selten über die Reichsgrenzen.

3. Das spezialisierte Auktionsunternehmen

Erhöhte Aufwendung von Kapital dient der Ausstattung eigener Ausstellungs- und Versteigerungsräume. Das Unternehmen ist auf den Verkauf einer bestimmten Warengattung spezialisiert und nimmt ausschließlich Objekte dieses besonderen Warengebietes an. Die Absatzorganisation dehnt sich, je nach der Bedeutung der einzelnen Versteigerung, auch auf das Ausland aus. Die Erfassung der Spezialinteressenten ist das Leitmotiv der Reklame. Zu dieser Kategorie gehören fast ausschließlich die „echten" Kunstauktionshäuser.

In dem Ausbau dieser Spezialbetriebe treten vielfach Erscheinungen auf, die dem Handel eigentümlich sind. Zur Intensivierung der Akquisition und um Vorbesichtigungen der zur Versteigerung gelangenden Objekte an anderen Plätzen zu veranstalten, werden Filialen unterhalten. Zur Ausschaltung des gegenseitigen Wettbewerbs oder zur Erleichterung der Versteigerungsfinanzierung werden zwischen einzelnen Unternehmungen vertragliche Zweckgemeinschaften gegründet. Derartige Bindungen sind nach dem Krieg auch wiederholt zwischen Auktionshäusern, die in verschiedenen Städten ansässig sind, erfolgt, um den Auftraggebern die Wahl des Versteigerungsortes freizustellen. Weiterhin suchen vorübergehende Zusammenschlüsse in- und ausländischer Firmen die Ausnutzung der speziellen Kundenkreise dem Versteigerungsverlauf nutzbar zu machen.

Als Rechtsform herrscht die Einzelunternehmung vor. Wo die Form der Personalgesellschaft besteht, handelt es sich meist um eine Vereinigung des Auktionators mit einem sachverständigen Berater. Vereinzelt sind nach dem Krieg mit steigendem Kapitalbedarf auch Kapitalgesellschaften in der Form der G. m. b. H. entstanden [42]).

Der Versteigerer ist verpflichtet, die Auktion persönlich zu leiten [43]). Als Inhaber der Einzelfirma, als Gesellschafter der Personalgesellschaft und meistens auch als Geschäftsführer der G. m. b. H. hat er mithin die geschäftliche Leitung des gesamten Betriebes sowie die technische jeder einzelnen Versteigerung in Händen. Bedient er sich eines Stellvertreters, so bleibt er für dessen Tätigkeit verantwortlich [44]). Ausnahmsweise kann die Leitung der Auktion einem Angestellten über-

[42]) Neuerdings auch vereinzelt Aktiengesellschaften.

[43]) Preußische Vorschriften § 11, 2.

[44]) Stellvertreter im Sinne des § 45 der Gew. O., der den betreffenden Geschäftszweig in Namen des Inhabers selbständig verwaltet und für diesen Rechtsgeschäfte abschließt. Vgl. auch Hoffmann, Versteigerer in Preußen, S. 38.

tragen werden, jedoch nur mit besonderer Genehmigung der Ortspolizeibehörde [45]).

Die Unsicherheit, die bei jedem Betrieb dadurch entsteht, daß unter Umständen das Versteigerungsmaterial nicht ausreicht, um die Betriebsorganisation auszunutzen, hat vielfach die Absicht aufkommen lassen, den Versteigerungsbetrieb mit dem Betrieb anderer Gewerbe zu vereinigen. Um Nachteilen vorzubeugen, die sich hieraus für Verkäufer und Käufer ergeben können, haben die Behörden auch hierüber Vorschriften erlassen.

So ist den Versteigerern der Betrieb der Gast- und Schankwirtschaft, des Kleinhandels mit geistigen Getränken, des Trödelhandels und des Pfandleihgewerbes untersagt. Der Betrieb anderer Gewerbe ist nur mit Erlaubnis der Behörde, und auch dann nur auf jederzeitigen Widerruf gestattet [46]).

Wenn Nebengewerbe betrieben werden, so nur im engen Anschluß an die eigentliche Tätigkeit des Versteigerers. Die Auktionatoren übernehmen vielfach die Abschätzung von Nachlässen zum Zweck der Erbauseinandersetzung, ferner Taxationen zum Zweck der Beleihung, sowie die Begutachtung von Sach- und Warenschäden. Nicht selten sind freie Versteigerer auf Grund der Bestimmungen des § 36 der Gewerbeordnung als Sachverständige vereidigt.

Häufig unterhalten die Versteigerungsunternehmen einen „Verkauf aus der Hand" von derartigen Gegenständen, die in erster Linie ihre Versteigerungsware bilden. Ganz besonders trifft dies zu bei den Kunstauktionshäusern, die vielfach im Kunsthandel eine maßgebende Rolle spielen.

Ein ständiger Einzelhandel neben dem Versteigerungsbetrieb ist außer der behördlichen Genehmigung besonderen Durchführungsbestimmungen unterworfen. Dem Auktionator ist der Ankauf von Objekten auf den von ihm abgehaltenen Versteigerungen zur Weiterveräußerung im Freihandverkauf

[45]) Preußische Vorschriften, § 21.
[46]) Preußische Vorschriften, § 3.

untersagt. Die Auktionsräume dürfen an den Versteigerungstagen nicht gleichzeitig zur Ausstellung der Freiverkaufswaren benutzt werden. Alle zur Versteigerung bestimmten Objekte sind jederzeit von den sonstigen Verkaufsgegenständen getrennt aufzubewahren. —

Von den Einrichtungen des Versteigerungswesens anderer Staaten seien hier nur einige Besonderheiten des französischen Systems, als des am weitesten ausgebauten zum Vergleich erwähnt.

Alle Versteigerer sind in Frankreich in einer Kammer vereinigt (Chambre de Discipline), die von einem Regierungskommissar beaufsichtigt wird. Die Sicherung der Forderungen der Auftraggeber wird durch eine solidarische Haftung geschützt. Den Versteigerern (Commissaires-Priseurs) ist die Versteigerung sämtlicher gesetzlich zugelassenen beweglichen Objekte, gleich aus welchem Anlaß sie zur Versteigerung gelangen, erlaubt. Dadurch kommt den zwangsweise im Auftrag der Behörde ausgebotenen Stücken ebenso wie den freiwillig zur Auktion gelangenden Waren *dieselbe Einrichtung und Organisation der Versteigerung zugute.* Die Gefahr der Verschleuderung wird auf diese Weise beträchtlich gemildert. Außerdem wird ein kontinuierlicher Zustrom von Versteigerungsmaterial erreicht[47]).

IV. Die Bestimmungsgründe des Umsatzvolumens

Der Zunahme der Zahl der Betriebe in der Nachkriegszeit steht ein deutlich erkennbares Wachsen des Umsatzvolumens gegenüber. Unterlagen, aus denen sich die Höhe des im Versteigerungsgewerbe erzielten Umsatzes feststellen ließe, gibt es nicht. Die statistische Erfassung der Umsatzsteuererträge ist nicht verwertbar, da die Auktionsbetriebe nicht gesondert,

---

[47]) Vgl. Ch. Constant, Manuel Pratique des Commissaires-Priseurs, Paris 1927, S. 7—13.

sondern in der Gewerbeklasse 12 (sonstiger Handel) der Wirtschaftsgruppe XX gemeinsam mit anderen Gewerbearten aufgeführt werden.

Aufschlußreich ist das Ansteigen der Zahl der einzelnen Versteigerungen, die von freien Versteigerern durchgeführt wurden. Bei einem Vergleich der Jahre 1912 und 1930 betrug nach den Inseraten der Tagespresse beispielsweise in Berlin die Steigerung etwa 30 %.

Die Gründe dafür liegen

a) in den Veränderungen des Materialbestandes und

b) in der Einstellung der Bevölkerung zum Versteigerungsgewerbe.

a) Die Veränderungen des Materialbestandes

Alle Schwankungen des Bestandsvolumens stehen in engstem Zusammenhang mit der Häufigkeit der Verkaufsfälle. Alle Ereignisse, die in den privaten Haushaltungen einen Verkaufsentschluß herbeiführen, vergrößern das Materialangebot. Eine Analyse der Verkaufsanlässe erklärt am besten die in dem letzten Jahrzehnt zu beobachtende Mengensteigerung auf dem Auktionsmarkte.

Unter 500 kontrollierten, an verschiedene Auktionshäuser erteilten Versteigerungsaufträgen waren in 470 Fällen die Anlässe des Verkaufs auf den Auftragsformularen angegeben oder aus dem vorhandenen Schriftwechsel ersichtlich. Danach verteilte sich die Gesamtzahl wie folgt:

Verkaufsgrund	Zahl der Verkäufe	
	absolut	in %
Todesfall	98	20,85
Erbauseinandersetzung	30	6,38
Geldbeschaffung	35	7,45
Überfluß [48])	159	33,82
Wohnungsaufgabe	102	21,70
Wohnungswechsel	46	9,80
	470	100,00

[48]) Die Gruppe „Ueberfluß“ deckt sich erfahrungsgemäß und vorwiegend mit der Gruppe „Geldbeschaffung“.

In dieser Gruppierung muß man diejenigen Verkaufsfälle, die einem natürlichen Wachstum unterliegen, unterscheiden von solchen, die infolge von Konjunktur- und Kriseneinflüssen entstehen.

Das normale Ansteigen wird verursacht durch die Außerbetriebssetzung einer gewissen Anzahl von Privathaushalten nach Ablauf ihrer natürlichen Lebensdauer. Die Auflösung der Haushalte durch Tod erfolgt, bei Zugrundelegung der Ehedauer, nach einer in Preußen 1913 durchgeführten Erhebung nach durchschnittlich 25 bis 26 Jahren[49]). Dieser Durchschnittssatz liegt in den wohlhabenden Kreisen um etwa ein Drittel höher, also bei ungefähr 34 Jahren[50]).

Hiernach erreichten während der letzten 10 Jahre vorwiegend solche Haushaltungen ihre natürliche Ablaufsgrenze, die zwischen 1888 und 1904 entstanden sind. Damit ist, vor allem für die größeren Städte, eine der Hauptursachen einer Materialsteigerung gegeben. Gerade in dieser Zeitspanne entstand ein vorher nicht gekanntes Aufblühen von Wohnungsluxus. Die schnell steigende Zahl hoher Einkommen führte durch die Ausstattung der überall neu entstandenen geräumigen Etagenwohnungen und Villen zu einer Anhäufung von Gebrauchsgegenständen aller Art, die mit dem Erlöschen der Haushaltungen anderweitig verwandt werden mußten.

Gleichzeitig setzte auf allen Gebieten des Sammelwesens ein Wettbewerb ein, der die Investierung großer Kapitalien zum Erwerb von Objekten der persönlichen Liebhaberei bedingte.

Aber nicht nur die natürliche Mehrung der Verkaufsursachen schuf reichere Materialquellen. Die durch Kriegsfolgen und Inflationszeit hervorgerufene Umschichtung der Vermögen bewirkte vielfach eine frühzeitige Aufgabe von

---

[49]) Statistisches Jahrbuch für den Preußischen Staat 1916, Bd. XIII, S. 34.

[50]) Vgl. hierzu die Sterbeziffern nach sozialen Schichten in Bremen in den Mitteilungen des Bremischen Statistischen Amts, 1911, Nr. 1, S. 10.

Haushaltungen und vergrößerte die Masse der angebotenen Gegenstände. Hiermit in engsten Zusammenhang erfolgte, besonders seit 1923, die Auflösung umfangreicher Privatsammlungen, die gleichfalls Absatz suchten. Hinzu trat noch die Menge einzelner Objekte, die zum Zweck gelegentlicher Geldbeschaffung stückweise abgestoßen wurden.

Es ist nicht verwunderlich, daß dieses Anwachsen des Materials die Versteigerer zu erhöhter Betriebsamkeit anregte und neue Auktionsunternehmen entstehen ließ. Das Ziel, möglichst große Teile der für den Versteigerungsmarkt in Frage kommenden Warenmengen diesem auch zuzuführen, wurde mit allen Mitteln verfolgt. Diesem Bestreben kam ein sehr ausschlaggebender Faktor zu Hilfe:

b) Die Einstellung der Bevölkerung

Sie änderte sich in der Nachkriegszeit vor allem aus zwei Gründen: Einerseits hob der bereits früher gezeigte Wettbewerb der Versteigerer, angespornt durch die Möglichkeit größerer Betriebsentfaltung, das Ansehen des gesamten Gewerbes, andererseits erweckte das nach außen hin dadurch veränderte Auftreten der Versteigerungsbetriebe das Interesse weiterer Bevölkerungskreise.

Noch während des ersten Jahrzehnts dieses Jahrhunderts herrschte die Ansicht vor, daß, mit Ausnahme der Kunstauktionen, zwischen Versteigerungen gebrauchter Objekte und Pfandverkäufen kaum ein Unterschied bestehe[51]). Wenn Stieda von den letzteren sagt, „sie haben das Odium an sich, daß an den hier zur Auktion gelangenden Sachen nur zu oft die Tränen und Seufzer beschämter Armer und schuldlos in eine Notlage geratener Personen kleben, so ist das nicht jedermanns Sache, sich darüber hinwegzusetzen“[52]), so galt diese Einstellung für viele Volksschichten in kaum verändertem Maße gegenüber allen Versteigerungen gebrauchter Ge-

[51])/[52]) Auktionen, S. 325.

genstände. Große Teile der Bevölkerung hielten sich von solchen Versteigerungen fern.

Eine Aenderung trat bereits während der Kriegszeit ein. Die Warenknappheit der Kriegszeit führte immer mehr Käufer zu den Auktionen.

Erst recht änderte die Inflationszeit die Einstellung der breiten Schichten zum Versteigerungsgewerbe. Der Währungsverfall vergrößerte das Interesse an Versteigerungen; man war bestrebt, durch Ankauf von Luxuswaren aller Art eine wertbeständige Anlage zu finden.

Der Verkaufsentschluß wurde in gleicher Weise angeregt. Durch hohe Preise angelockt, glaubten viele auf dem Versteigerungswege der Geldentwertung sicherer folgen zu können. Der Verkauf aus freier Hand trat zurück gegenüber dem Versteigerungsverkauf. Ausländer, Händler wie Private, zählten zu den regelmäßigen Besuchern der Auktionen, um das Nachhinken der Preisgestaltung des Inlands gegenüber den ausländischen Währungen auszunutzen. Die Auktionen wurden allgemein gern wahrgenommene Kaufgelegenheiten.

Das so einmal hervorgerufene Interesse für den Auktionsmarkt blieb bestehen. Die von einem Berliner Auktionshaus vorgenommenen Zählungen während der Besichtigungszeit ergaben in den Jahren 1929 und 1930 für die Einzelveranstaltung eine durchschnittliche Besucherzahl von 800 Personen [53]).

---

[53]) Im vorliegenden Fall ist der angeführte Durchschnitt allerdings stark durch den Verlauf einer einzelnen Ausstellung mit erweiterte Ausstellungsdauer, die allein von nahezu 3000 Interessenten besucht war, beeinflußt.

C. Die Preisbildung

I. Die Grundlagen der Preisbildung

Durch Ausschaltung vom regulären Warenhandel wurde das Versteigerungsgewerbe fast ausschließlich auf den Absatz von Sachgütern ohne Marktpreis beschränkt. Dabei handelt es sich um Güter, die entweder „durch die Abnutzung in ihren Gebrauchswert von den ursprünglichen Objekten verschieden sind“ [54]) oder um Raritäten oder um solche neuen Waren, die losgelöst von ihrem eigentlichen Marktpreis abgesetzt werden können. Der Versteigerer hat beim Absatz dieser Waren vor allem die Aufgabe, eine Preisbildung herbeizuführen, die den Interessen der Verkäufer in gleicher Weise entspricht wie den Interessen der Käufer.

Diese beiden händlerischen Funktionen der Versteigerer werden durch verschiedene behördliche Vorschriften noch unterstrichen. So ist der Auftraggeber zur Festsetzung eines Mindestgebots berechtigt [55]). Versteigerer oder ihre Angestellten (Ausrufer, Schreiber, Protokollführer) dürfen nach den gesetzlichen Vorschriften Versteigerungsware weder persönlich noch durch einen Vermittler kaufen [56]). Es sind ihnen weiterhin alle Handlungen und Unterlassungen verboten, die zu einer Täuschung des Publikums führen können. Insbesondere ist es den Versteigerern untersagt, an den Versteigerungsobjekten Fabrikmarken zu beseitigen oder unkenntlich zu machen, oder die Versteigerungsobjekte in ihrem Aussehen

---

[54]) Lexis, Allgemeine Volkswirtschaftslehre, S. 74.
[55]) Preußische Vorschriften § 25.
[56]) Preußische Vorschriften § 12.

zu verändern[57]). Außerdem müssen Versteigerungswaren mindestens zwei Stunden vor der Versteigerung zu einer öffentlichen Besichtigung frei gegeben werden. Die Zeitdauer dieser öffentlichen Besichtigungen wird von dem Versteigernden in der Regel auf 1 bis 3 Tage, bei Kunstgegenständen mitunter auf eine noch längere Zeitdauer erweitert.

Selbstverständlich kann der Versteigerer die natürlichen Gegensätze zwischen Verkäufer und Käufer nicht vollständig ausgleichen. Der Wunsch des Auftraggebers, die Verkaufsgegenstände zu hohen Preisen abzusetzen, begegnet der Absicht des Kaufenden, Erwerbungen zu Gelegenheitspreisen, und vielfach nur zu diesen, zu machen. Das Angebot ist in der Regel dringlicher als bei regulären Waren; die Nachfrage läßt sich meist nur wecken bei besonders günstigen Preisen.

Als Folge der durch Krieg und Inflation hervorgerufenen Umschichtungen im Vermögen hat sich in Deutschland die Bedeutung der Sachwerte für eine große Schicht der Bevölkerung unverhältnismäßig gesteigert. Der Verkäufer von Versteigerungswaren ist heute weit stärker als früher vom Verkaufserfolg abhängig. Hierdurch wurde die Preisbildung für Versteigerungsware stark beeinflußt.

Bei 800 kontrollierten Aufträgen zur Versteigerung, die in den Jahren 1926 bis 1930 erteilt wurden, war z. B. bei 420 Aufträgen der Verkaufspreis irgendwie limitiert. Durch die Ausdehnung der Limite ist der Versteigerungsmarkt seit dem Kriege in immer stärkerem Umfange in einen Verkaufsmarkt mit nur nach oben veränderlichen Preisen umgebildet worden. Diese Entwicklung wurde noch gefördert durch den Wettbewerb der Versteigerer um die Versteigerungsware.

II. Die freie Preisbildung

Bei ausgeschiedenen Gebrauchsgütern werden die Marktpreise bestimmt durch den Wettbewerb der Käufer und durch ihre Vorstellungen von dem Wert der Versteigerungswaren.

[57]) Preußische Vorschriften § 5.

Diese freie Bildung der Marktpreise wird jedoch vielfach sowohl durch Maßnahmen der Verkäufer als auch durch Einflußnahme der Versteigerer wie durch Einwirkungen der Käufer gestört.

III. Die Einwirkungen auf die Preisbildung

a) Preisbeeinflussung durch die Verkäufer

Die Auftraggeber greifen in die Preisbildung vor allem ein durch die Preislimite. Der Zuschlag wird hierbei von dem Erreichen eines Mindestpreises abhängig gemacht. Wird dieser Mindestpreis überschritten, so ist der Versteigerer zum Zuschlag verpflichtet [58]). Für Abweichungen von den Limitpreisen ist der Versteigerer haftbar.

Die Formen der Preislimite sind verschieden. Neben dem *starren Preislimit* wird das *Preislimit mit Ausgleich* und das *Pauschallimit* angewandt. Am stärksten wird die Preisbildung durch das starre Preislimit gebunden. Werden bei Versteigerungen mit starrem Preislimit für jeden einzelnen Versteigerungsgegenstand die Mindestpreise hoch angesetzt, so besteht zwischen der Versteigerung der Ware und dem regulären Verkauf gleicher Waren kein grundsätzlicher, sondern nur noch ein gradueller Unterschied. Die Preisbindung ist gelockerter bei Versteigerungen, die auf der Grundlage eines Limites mit Ausgleich durchgeführt werden. Hier werden zwar gleichfalls für jeden einzelnen Versteigerungsgegenstand Mindestpreise festgesetzt. Es ist dem Versteigerer jedoch möglich, Unterschreitungen der Mindestpreise durch Ueberpreise auszugleichen. Diese Form der Preisbildung verlangt jedoch von dem Versteigerer während des Auktionsverlaufes eine genaue Limitkontrolle. Beim Pauschallimit wird vom Auftraggeber eine Gesamteinnahme für alle Versteigerungswaren festgesetzt. Die Verteilung der einzelnen Limite

---

[58]) Preußische Vorschriften § 18, 3.

bleibt dem Versteigerer überlassen. Dieser übernimmt bei dieser Art der Preisbildung eine gewisse Garantie eines Mindestumsatzes und damit ein gegenüber den anderen Arten der Preisbildung wesentlich gesteigertes Risiko.

Preislimite ändern die Durchführung der Versteigerungen in starkem Umfange zu Gunsten der Anbieter ab und tragen damit große Erschwernis in das Auktionsgewerbe. Es besteht daher auch keine übereinstimmende Meinung, ob es zweckmäßig ist, die Festsetzung von Mindestpreisen öffentlich bekannt zu geben. Die Käufer verlangen zwar fast durchweg eine Veröffentlichung der Preislimite, schon um festzustellen, ob der Besuch einer Versteigerung sich für sie lohnt. Nach den bisherigen Erfahrungen führt jedoch jede Bekanntgabe der Preislimite zu einer Herabsetzung der Kauflust. Trotzdem wurden in einigen Staaten für bestimmte Versteigerungswaren bereits Vorschriften zur Veröffentlichung von Preislimiten erlassen[59]). Bei der Versteigerung neuer Waren hat der Versteigerer z. B. in Preußen dem Käufer die Mindestpreise vor der Aufforderung zum Bieten mitzuteilen[60]).

Die Verfahren, bestehende Mindestpreise wirksam werden zu lassen, sind mannigfaltig. In verhältnismäßig seltenen Fällen tritt der Auftraggeber bis zur Höhe des Limits als Selbstkäufer auf, teils überläßt er dem Auktionator, als seinem Stellvertreter, die Ausbietung der Mindestpreise. Ebenfalls zulässig ist das Mitbieten irgend eines Beauftragten des Auftraggebers, soweit er nicht vom Versteigerer zum Treiben der Kaufpreise[61]) benutzt wird.

Bei der Anwendung von Limitpreisen ist besonders strittig die Stellvertretung des Versteigerers. Wenn der zur Auf-

---

[59]) Im Gegensatz zu der Handhabung bei deutschen Versteigerungen steht diejenige in Oesterreich. Wenn auch dort eine Bekanntgabe der Limite nicht stattfindet, so ist es üblich, sogenannte Aufrufpreise zu veröffentlichen, die als erstes Gebot gelten und die Grenze klarlegen, unter der ein Zuschlag nicht erfolgt.

[60]) Preußische Vorschriften § 37.

[61]) Hoffmann, Versteigerer in Preußen, S. 40.

stellung von Mindestpreisen berechtigte Auftraggeber in der Versteigerung nicht als Selbstkäufer auftritt, so kann der Versteigerer die Preislimite entweder durch die Gleichsetzung des Aufrufpreises mit dem Limit oder durch ein Mitbieten bis zur Limithöhe zur Anwendung bringen. Die Festsetzung eines zu hohen Aufrufpreises widerspricht jedoch dem Streben, einen möglichst breiten und aufnahmefreudigen Markt für die Versteigerungsware zu schaffen. Es fehlt bei einem hohen Aufrufpreis insbesondere das absatzbelebende Ueberbieten. Dem Mitbieten des Auktionators bei Aufrufpreisen, die unter der Limithöhe liegen, steht der Wortlaut der behördlichen Bestimmungen entgegen. Sie untersagen dem Versteigerer, seinen Angehörigen und Angestellten jedes Mitbieten [62]). Dabei bleibt ungeklärt, ob das Verbot des Mitbietens sich auch auf die stellvertretende Rückkaufhandlung des Versteigerers oder nur auf seine persönliche Kaufabsicht bezieht. Die unterschiedliche Rechtsauslegung über diese Frage hat schon wiederholt zu Reibungen zwischen den Behörden und den Versteigerern geführt.

b) Preisbeeinflussung durch den Versteigerer

Vor der Durchführung von Versteigerungen werden von den Versteigerern häufig Schätzungen über den Wert der Versteigerungswaren vorgenommen. Diese Schätzungen dienen vielfach als Richtzahlen für den Zuschlag. Die Auftraggeber können sogar die Aufstellung von Schätzungswerten verlangen [63]) und sie als Richtpreis für den Verkauf bestimmen.

Im Gegensatz zu Frankreich ist es in Deutschland jedoch noch ungeklärt, ob der Versteigerer durch diese Aufstellung von Schätzungswerten unmittelbar die Preise beeinflussen darf. Eine stärkere Einschaltung des Versteigerers in die Bildung der Preise läßt sich vor allem dann nicht vermeiden, wenn

---

[62]) Preußische Vorschriften § 12.
[63]) Preußische Vorschriften § 18, 5.

ihm übertragene Kaufaufträge nicht selbst an der Versteigerung teilnehmender Käufer vorliegen, oder wenn der Versteigerer gegenüber seinen Auftraggebern eine Umsatzgarantie übernommen hat. In Frankreich kann der Versteigerer sowohl bei Zwangsversteigerungen wie bei freiwilligen Versteigerungen die Preise unmittelbar beeinflussen. Dieses „pousser la vente" ist ihm sogar nach einer Polizeivorschrift vom Jahre 1846 zur Vermeidung von Schleuderverkäufen zur Pflicht gemacht [64]). Diese von der deutschen abweichende Regelung des Versteigerungswesens ist in Frankreich vor allem zur Bekämpfung von Ringbildungen der Käufer durchgeführt worden.

c) Preisbeeinflussung durch die Käufer

Die Käufer versuchen mitunter auf die Preisbildung für Versteigerungsware einen organisierten Einfluß, vor allem mit Hilfe von Ringbildungen, zu gewinnen. Die auf Grund von Ringbildungen erworbenen Versteigerungswaren werden entweder unter den Beteiligten neu ausgeboten oder diese übertragen den Weiterverkauf bei einer entsprechenden Beteiligung einem Ringteilnehmer. Nach den behördlichen Vorschriften kann der Versteigerer die Käufer, die sich an Abreden über die Einkaufspreise beteiligen, zwar aus dem Versteigerungsraum entfernen lassen. Er hat auch das Recht, im Notfalle die Versteigerung abzubrechen [65]). Eine wirksame Bekämpfung des „Kippewesens" ist jedoch nicht nur durch die Heimlichkeit, sondern wegen der straffen Organisation der Ringe außerordentlich schwierig. Das zahlenmäßige Vorkommen von Ringbildungen darf allerdings nicht überschätzt werden. Die Versteigerungswaren, für die sich eine Ringbildung lohnt, werden zumeist von Versteigerungsunternehmen ausgeboten, die sich auf einen großen Kreis von Interessenten stützen, was jede

[64]) Constant, Commissaires-Priseurs, S. 209.
[65]) Preußische Vorschriften § 13.

Ringbildung außerordentlich erschwert. Am leichtesten entstehen Ringe innerhalb der Händlerkreise des Versteigerungsortes. Die Wirksamkeit der Ringe wird jedoch schon dann stark abgeschwächt, wenn nur ein einziger Mitbieter außerhalb des Ringes auftritt.

Die Furcht der Bevölkerung vor Ringbildungen ist übertrieben. Sie führt in vielen Fällen zur Festsetzung von Preislimiten. Das Gelingen einer Ringbildung ist weit mehr vom Gegenstand als vom Käuferkreis abhängig. In der Regel sind nur solche Versteigerungswaren, die nur von einem kleinen Interessentenkreis nachgefragt werden, Ringbildungen ausgesetzt. Je begehrter die Versteigerungsware ist, desto schwerer lassen sich für ihren Erwerb Ringe bilden. Erfreulicherweise scheitern jedoch solche „Kippengenossenschaften" leicht am Zwist der Genossen beim weiteren Versteigern der Beute, dem sogenannten „Verkippen" [66]).

IV. Die Preishöhe

Die Preise, die auf Versteigerungen erzielt werden, werden zunächst beeinflußt von psychologischen Einwirkungen der äußeren Umstände der Auktion auf die Teilnehmer. Die Zusammensetzung des anwesenden Käuferkreises, die Stimmung, die die preisbildende Nachfrage erst hervorruft, sind unberechenbare Faktoren. Da schneller Entschluß erforderlich ist, fehlt die freie Zeit zur Ueberlegung wie im freien Handel. Die Käufer werden leicht durch das Tempo der Preisentwicklung mitgerissen. Dabei wird die Preisbildung noch mitbestimmt durch den Umstand, daß vielfach der gescheiterte Ankauf einen vollkommenen Verzicht bedeutet. Hierzu kommt in vielen Fällen das reine Spielmoment oder die persönliche Liebhaberei irgend eines Käufers, die die Preise manchmal unberechtigt in die Höhe treiben.

---

[66]) Vgl. Lampe, Artikel „Trödelhandel" im Handwörterbuch der Staatswissenschaften, 1928, Band 8, S. 227.

Erfolgen die Erwerbungen unbeeinflußt auf Grund eigener Sachkenntnis, so beruht der Ankauf meist auf einer vorangegangenen Feststellung der Preishöhe gleichartiger oder ähnlicher Objekte. Deren Marktpreis bildet, von Zufälligkeiten abgesehen, die oberste Preisgrenze, die allerdings nur in Ausnahmefällen erreicht wird. Im allgemeinen besteht die Tendenz, *daß sich, abgesehen von Ankäufen durch Wiederverkäufer, die Spanne zwischen Versteigerungs- und Marktpreis mit wachsender Werthöhe und Seltenheit des Einzelobjektes vermindert*, bei Gegenständen von überwiegendem Seltenheitswert, soweit hier ein Handelspreis zum Vergleich herangezogen werden kann, *oft vollkommen fortfällt.*

D. Der Versteigerungsbetrieb

I. Die betriebswirtschaftlichen Grundlagen

Die volkswirtschaftliche Aufgabe der Auktionatoren, einen Markt für gebrauchte Sachgüter zu schaffen, verleiht den Betrieben des Versteigerungsgewerbes eine Sonderstellung. Der Absatz fremden Besitzes durch Uebernahme eines Verkaufsrisikos und die von Zufälligkeiten abhängige Preishöhe der Verkaufswaren beeinflussen die privatwirtschaftliche Auswertung. Hinzu kommt die Gebundenheit an behördliche Durchführungsbestimmungen, die die Betriebsentwicklung in feste Bahnen zwingt.

Die Voraussetzung zur Bildung eines Versteigerungsbetriebes ist das Vorhandensein ausreichenden Materials. Wir haben gesehen, daß die bestehenden Vorschriften dessen Umfang begrenzen und eine beliebige Vermehrung ausschließen. Der Kampf um die Verteilung des Materials beherrscht auch betriebswirtschaftlich das Versteigerungsgewerbe.

Einstmals richtete sich der Nutzen der Versteigerer nach behördlich festgesetzten Tarifen. Diese stellten lediglich ein Entgelt der reinen Dienstleistung dar und verpflichteten ausdrücklich den Auftraggeber zum Ersatz aller Kosten. Erst die Freigabe des Gewerbes hob den Zwang zur Einhaltung bestehender Tarifsätze auf und schuf die Grundlage des bestehenden betriebswirtschaftlichen Aufbaus. Die Festsetzung der Höhe der Versteigerungsgebühren war jetzt den einzelnen Auktionatoren überlassen, die sie den Kosten ihres Betriebes

anpassen konnten. Hieraus ergaben sich verschiedene Gebührensätze für die einzelnen Auftraggeber. In Frankfurt a. M. wurde anfangs der 80er Jahre in einer Beschwerde an die Behörde darüber Klage geführt, daß das Unterbieten wilder Versteigerer die Aufrechterhaltung eines geregelten Versteigerungsbetriebes unmöglich mache [66a]). Eine allmähliche Steigerung der Betriebskosten und die Uebernahme des gesamten Reklameaufwands auf eigene Rechnung drängten immer mehr zu verstärkter Betriebsausnutzung.

Hiermit wuchs die Bedeutung der Reklame. Sie ist der Lebensnerv des Versteigerungsgewerbes in seiner heutigen Form. Ihre zweckmäßige Anwendung erleichtert die Aufgabe des Versteigerers als Bindeglied zwischen Warenbesitzer und Käufer.

Durch die Reklame werden zunächst Auftraggeber geworben. Nur mit Hilfe zielbewußter Propaganda ist die Beschaffung ausreichenden Materials möglich.

Die der Reklame dienenden Ausgaben bilden den weitaus größten Teil aller Unkosten und beeinflussen ausschlaggebend den Reinertrag. Soweit sie Teile der allgemeinen Betriebskosten sind, dienen sie der Erreichung einer erhöhten Ausnutzung der Organisation und damit einer Steigerung der Rentabilität. Die zweckmäßige Anpassung der Reklame an die Bedürfnisse des Betriebes ist betriebswirtschaftlich die schwerste Aufgabe des Auktionators.

Betriebstechnisch ist jede Versteigerung eine in sich abgeschlossene Einzelleistung. Die aus ihr dem Auktionsbetrieb zufließenden Einnahmen richten sich nach den jeweils vereinbarten Bedingungen. Die für sie aufgewandten Kosten dienen lediglich zur Abwicklung der einzelnen Auktion. Aber erst die Gesamtheit der Zuschlagspreise bestimmt den Reinertrag der einzelnen Versteigerung.

[66a]) Nach einer persönlich gegebenen Information.

Das Verhältnis der Summe dieser Reinerträge zu den allgemeinen Unkosten ist entscheidend für die Rentabilität der Betriebe. Die technischen Einrichtungen des Betriebes verursachen feststehende Kosten. Akquisition, Finanzierung von Versteigerungsaufträgen durch Leistung von Vorschüssen sowie Kreditgewährung machen eine wechselnde Inanspruchnahme der flüssigen Betriebsmittel erforderlich.

Eine Untersuchung der betriebswirtschaftlichen Struktur verlangt gleichzeitig die Klarlegung folgender Fragen: Durch welche Umstände wird die Höhe des Reinertrages jeder Versteigerung bestimmt? — Gewährleistet der Versteigerungsbetrieb im allgemeinen eine ausreichende Rentabilität? — Und endlich: welche besonderen Risiken bestehen für das Gewerbe überhaupt?

II. Die einzelne Versteigerung

a) Der Bruttoertrag

Der Auktionator erhält bei jeder Versteigerung erstens das von den Ersteigerern zu entrichtende Aufgeld und zweitens die Abgaben der Auftraggeber. Die bei allen Auktionsbetrieben übliche Verteilung der für die Versteigerungsdurchführung zu leistenden Gebühren auf Käufer und Verkäufer bleibt, mangels einer behördlichen Regelung, den einzelnen Betrieben überlassen, richtet sich jedoch nach folgenden allgemein eingebürgerten Grundsätzen:

1. Das Aufgeld

Das Aufgeld wird prozentual von den Zuschlagpreisen errechnet und mit diesen vom Käufer erhoben. Der Aufgeldsatz ist bei fast allen Auktionshäusern der gleiche. Er beträgt durchweg bei Gegenständen von Spezialcharakter 15 %, bei weniger wertvollem Versteigerungsmaterial und Warenposten 10 %. Für alle Versteigerungsgegenstände derselben Versteigerung ist die Aufgeldhöhe einheitlich. Das gesamte Auf-

geld ist ausschließlich Einnahme des Versteigerers und bleibt in der Abrechnung mit dem Auftraggeber unberücksichtigt [67]).

Die behördlichen Vorschriften der deutschen Länder nehmen zu der Aufgeldfrage in keiner Weise Stellung. Eine Kammergerichtsentscheidung vom 2. November 1926 [68]) besagt lediglich, daß die Erhebung eines Aufgelds zu den Verkaufsbedingungen gehört, „die in deutlich lesbarer Schrift an einem leicht zugänglichen Ort zum Aushang zu bringen sind [69]).

Sicher war auch in Deutschland ursprünglich mit der Abstufung der Aufgeldsätze die Absicht verbunden gewesen, diese der verschiedenen Höhe der für die einzelne Versteigerungsveranstaltung gemachten Aufwendungen anzupassen. Der höchste Satz wäre heute da gerechtfertigt, wo, wie beispielsweise bei Kunstauktionen, die Ausgabe kostspieliger Kataloge oder die Veröffentlichung von Reproduktionen in Fachblättern einen beträchtlichen Mehraufwand erfordern.

Mit dem Einbürgern eines einheitlichen Aufgeldes für alle Auktionen gleicher Art hat sich dessen Verwendungszweck geändert. Aus dem Deckungsbeitrag eines erhöhten Kostenaufwandes ist ein Kalkulationsfaktor des Versteigerers geworden, der sich in zweifacher Richtung auswirkt.

Gegenüber dem Besitzer der Versteigerungswaren werden die aus dem Aufgeld erwarteten Einnahmen bei Abschluß der Verkaufskonditionen weitgehend in Betracht gezogen, meistens zu Gunsten der Auftraggeber. Für die Käufer besteht die Möglichkeit einer Einkaufsverbilligung, indem eine Ermäßigung des Aufgeldsatzes vielfach denjenigen eingeräumt wird, die als stets wiederkehrende Käufer bekannt sind, oder von denen

---

[67]) Anders ist die Handhabung in Frankreich. Hier gilt das Aufgeld, dessen Höhe von Fall zu Fall nach der Unkostenhöhe wechselt, als ein Bestandteil des Kaufpreises selbst und wird mit den Zuschlagspreisen dem Auftraggeber verrechnet. Vgl. Constant, Commissaires-priseurs, S. 224.

[68]) Angeführt bei Hoffmann, Versteigerer in Preußen, S. 38.

[69]) Preußische Vorschriften § 11, 2.

angenommen werden kann, daß sie aus irgend einem Spezialinteresse zu den regelmäßigen Abnehmern zählen werden.

Ganz allgemein ist es üblich, Wiederverkäufern den Aufgeldsatz von 15 % zu ermäßigen. Diese Usance hat sich allgemein eingebürgert. Trotzdem entstehen über die Berechtigung derartiger Ansprüche seitens der Käufer nicht selten Differenzen, da die Ernsthaftigkeit der Wiederverkaufsabsicht kaum nachprüfbar ist. Zum Schaden des Versteigerers wird die Ermäßigung des Aufgelds dadurch ausgenutzt, daß Händler in eigenem Namen für Private als Käufer auftreten, um diesen aus Gefälligkeit den Rabattbetrag einzusparen oder, was häufiger ist, als Kommissionsgebühr für sich zu beanspruchen.

Sehr selten ist die Gewährung eines Aufgeldrabattes an Privatkäufer. Da im allgemeinen nur Sammler von Spezialgegenständen zur Dauerkundschaft eines Auktionshauses zählen, bleiben derartige Abmachungen auf diese beschränkt, und auch hier meist nur von Fall zu Fall.

Von 40 Versteigerungen verschiedener Art (vgl. Tabelle 4 bis 6 auf S. 61—63) betrug das offiziell erhobene Aufgeld in zweiunddreißig Fällen 15 %, in acht Fällen 10 %. Dabei ergab sich aus dem Aufgeld folgender Ertrag:

Aufgeldsatz	gesamte Zuschlagspreise in RM	erhobenes Aufgeld in RM	erhobenes Aufgeld in % vom Umsatz
15 %	1 512 100	179 890	11,8
10 %	73 800	7 230	9,6

2. Die Abgaben der Auftraggeber

Im Gegensatz zu dem Aufgeld ist das Entgelt der Auftraggeber außerordentlich verschieden. Dieses Entgelt wird auf Grund von Vereinbarungen zwischen Versteigerern und den Auftraggebern festgesetzt und von dem Versteigerer bei der Verrechnung der Versteigerungserlöse einbehalten.

Die Höhe des Entgeltes ist vor allem abhängig von dem Wettbewerb der Versteigerer. Dieser ist in der Nachkriegszeit außerordentlich gewachsen, zumal für das Versteigerungsgewerbe im Gegensatz zum regulären Warenhandel keine nennenswerten Betriebskapitalien zur Unterhaltung eines Warenlagers erforderlich sind. Der Wettbewerb zwischen den Versteigerern ist um so heftiger, je hochwertiger der einzelne Versteigerungsgegenstand ist, und je größer sich der einzelne Versteigerungsauftrag gestaltet. In diesen Fällen weichen die Versteigerungsbedingungen mehr und mehr von den normalen Sätzen des Auktionators ab und werden vielfach einseitig vom Auftraggeber diktiert. Neben einer Senkung der Provisionssätze werden hierbei insbesondere die Verpflichtungen verschärft, die mit der Annahme des Auftrages von dem Versteigerer zu übernehmen sind.

Im allgemeinen bildet der erzielte Umsatz die Grundlage des Nutzens des Versteigerers. Neben der reinen Umsatzprovision ist jedoch noch eine Reihe anderer Methoden für eine Entschädigung des Versteigerers entwickelt worden, die den Nutzen des Versteigerers teilweise oder ganz von dem Verkaufserfolg abhängig machen. So findet neben der einheitlichen Umsatzprovision eine steigende Umsatzprovision, eine Ueberpreisbeteiligung, eine Rückkaufprovision, eine feste zusätzliche Leistung und außerdem in seltenen Fällen eine feste Vergütung Anwendung.

aa) Die einheitliche Umsatzprovision

Als Entschädigung der Versteigerer ist die einheitliche und in Prozent des tatsächlichen Umsatzes berechnete Umsatzprovision am weitesten verbreitet. Ihre Höhe richtet sich nach dem Umfang des einzelnen Auftrages, der Art der Versteigerungsgegenstände und nach dem Ort der Versteigerung. Die Verkaufsbedingungen der Versteigerer sehen zumeist eine Umsatzprovision von 15 % des tatsächlichen Zuschlagpreises vor.

Dieser Provisionssatz wird jedoch in der Regel nur bei der Versteigerung von einzelnen Gegenständen, bei einem geringwertigen Versteigerungsauftrag oder bei einer Versteigerung, für die eine große Reklame betrieben werden muß, erreicht. Mit wachsender Größe des einzelnen Versteigerungsauftrages und dem Steigen des Wertes der Versteigerungsware sinkt er zumeist auf 10 %, bei Spezialversteigerungen sogar häufig auf 5 %. Dabei ist von dem Versteigerer gerade bei der Durchführung von Spezialversteigerungen ein besonders großer Aufwand an Reklame- und anderen Kosten zu leisten. Auch bei den Versteigerungen, die nicht in den Geschäftsräumen der Versteigerer durchgeführt werden, wird vielfach kein höherer Provisionssatz als 5 % erzielt. Im Gegensatz zu den Spezialversteigerungen ist jedoch bei diesen Versteigerungen ein niedrigerer Provisionssatz wirtschaftlich gerechtfertigt. Zur Feststellung der tatsächlichen Höhe der einheitlichen Umsatzprovision und ihrer Schwankungen wurden 460 Versteigerungsaufträge eingehend auf ihre Bedingungen untersucht. Diese Untersuchung führte zu folgendem Ergebnis:

Vereinbarter Provisionssatz in %	Zahl der Versteigerungsaufträge	
	absolut	in %
15	174	37,8
12½	15	3,2
10	210	45,6
8	3	0,6
7½	18	4,0
5	40	8,8
	460	100,0

Bei 45,6 % der Versteigerungsaufträge wurde demnach ein Provisionssatz von 10 % bezahlt. Dabei handelt es sich zumeist um Aufträge mit einem Schätzungswert von 300 bis 3000 RM, die beinahe die Hälfte der untersuchten Aufträge bildeten. Bei einer großen Zahl von Versteigerungsaufträgen blieb der Schätzungswert unter 300 RM. In diesen Fällen

wurde von dem Versteigerer der offizielle Provisionssatz von 15 % erhoben. Die untersuchten Versteigerungsaufträge umschlossen nur in geringem Umfange höherwertige Versteigerungswaren. Aus diesem Umstand erklärt sich auch das verhältnismäßig geringe Vorkommen von Provisionssätzen unter 10 %. Die für 460 Versteigerungsaufträge ermittelten Provisionssätze dürften aber trotzdem für die Gesamtverteilung der im Versteigerungsgewerbe üblichen Provisionssätze eine generelle Bedeutung haben.

bb) Die steigende Umsatzprovision

Eine steigende Umsatzprovision verfolgt fast ausnahmslos den Zweck, den Versteigerer stärker, als dies mit Hilfe der einheitlichen Umsatzprovision möglich ist, an der Höhe des Versteigerungserlöses zu interessieren und ihn hierdurch zu einer Steigerung seines Reklameaufwandes zu veranlassen. Besonders für den Absatz schwer verkäuflicher Gegenstände wird durch die steigende Umsatzprovision eine staffelweise steigende Erfolgsprämie geschaffen. Bei der Erreichung einer bestimmten Preisgrenze bildet diese einen Zuschlag zur Umsatzprovision.

cc) Die Ueberpreisbeteiligung

Das Geschäftsrisiko des Versteigerers wird größer bei der Einführung einer reinen Erfolgsprämie. Bei den Vereinbarungen über eine Beteiligung des Versteigerers am Ueberpreis bildet sie das einzige Entgelt, das der Auftraggeber an den Versteigerer zu leisten hat. Die reine Erfolgsprämie setzt immer eine Preislimitierung bei den Versteigerungswaren voraus. Sie wird vielfach angewandt bei solchen Versteigerungsgegenständen, die in eine Versteigerung gesondert eingefügt werden. Da bei solchen Einzelgegenständen kein besonderer Kostenaufwand

entsteht, ist in diesen Fällen das Geschäftsrisiko des Versteigerers verhältnismäßig gering. Wird eine reine Erfolgsprämie hingegen bei der gesamten Versteigerungsware vereinbart, so wird die Durchführung einer Versteigerung für den Versteigerer zur reinen Spekulation. Sein Geschäftsrisiko wird dann noch vergrößert, wenn der Versteigerer eine persönliche Haftung für die Erreichung der Limitgrenze übernimmt. Entsprechend dem erhöhten Geschäftsrisiko sind auch die Sätze der reinen Erfolgsprämie verhältnismäßig hoch. Sie liegen selten unter der Hälfte des Ueberpreises und steigen häufig bis zu 100 %.

dd) Die Rückkaufsprovision

Sobald der Auftraggeber Mindestpreise festsetzte, bildete vor dem Krieg die Rückkaufsprovision meist einen festen Bestandteil des Versteigerungsauftrages. Für nicht abgesetzte Versteigerungswaren wurden sie zur Abdeckung der entstandenen Kosten von der Limithöhe und fast durchweg in Höhe von 5 % berechnet. Auch heute wird die Rückkaufsprovision von den meisten Versteigerungsbetrieben in ihren Versteigerungsbedingungen gefordert. Der erhöhte Wettbewerb unter den Versteigerungsbetrieben hat jedoch dazu geführt, daß in der Regel auf eine Rückkaufsprovision verzichtet wird. Dieses Entgegenkommen wird von Versteigerungsbetrieben selbst dann geübt, wenn der Absatz der Versteigerungsware durch die Limitierung der Preise künstlich gehemmt wird. Bei den 460 Versteigerungsaufträgen, die im einzelnen untersucht wurden, waren bei 320 die Preise für die Versteigerungswaren limitiert. Trotzdem ist nur bei 21 Versteigerungsaufträgen eine Rückkaufsprovision vereinbart worden. Der Verzicht der Versteigerer auf die Bezahlung einer Rückkaufsprovision ist zweifellos geeignet, den Verkaufsentschluß der Auftraggeber zu erleichtern. Sie erschwert jedoch dem Versteigerer eine zuverlässige Berechnung und Verteilung seiner Kosten.

ee) Die feste zusätzliche Leistung

Alle Entgelte, die vom Auftraggeber über die im Versteigerungsgewerbe üblichen Entgelte hinaus geleistet werden, sind zumeist an die Erfüllung bestimmter Aufgaben gebunden. Sie werden vor allem gewährt für eine Intensivierung der Reklame. Neuerdings wird ein solcher Reklamezuschuß des Auftraggebers wieder häufiger gefordert. Er verringert für den Versteigerer das Geschäftsrisiko. Dieser ist daher zumeist bereit, bei der Leistung eines festen Reklamezuschusses seinen normalen Provisionssatz für die Durchführung einer Versteigerung herabzusetzen.

ff) Die feste Vergütung

Eine feste Vergütung wird von den größeren Versteigerungsbetrieben nur selten vereinbart. Sie ist jedoch üblich bei den Versteigerungen auf dem Lande, die fast ausschließlich am Standort der Versteigerungsobjekte vorgenommen werden. Die Vereinbarung einer festen Vergütung ist lediglich als Entgelt für Arbeit und Zeitaufwand zu betrachten. Die feste Vergütung befreit den Versteigerer von jedem Geschäftsrisiko und gestattet ihm einen zuverlässigeren Ausgleich zwischen Aufwand und Ertrag.

b) Die speziellen Kosten der einzelnen Versteigerung[70])

Die Kosten einer Versteigerung hat in der Regel der Versteigerer allein zu tragen. Sie sind überwiegend fixe Kosten; die proportionalen Kosten sind im Versteigerungsgewerbe von geringerer Bedeutung.

---

[70]) Bei der Darstellung der Kosten werden die von Schmalenbach, in „Grundlagen der Selbstkostenrechnung und Preispolitik", 4. Aufl., Leipzig 1927, aufgestellten Begriffe verwandt, wobei Kosten und Aufwand einander gleichgesetzt werden.

1. Die fixen Kosten

Die fixen Kosten sind im Versteigerungsgewerbe in der Hauptsache Reklamekosten. Ihre Anpassung an die Schwankungen des Ertrages gehört zu der wichtigsten betrieblichen Funktion des Versteigerers. Sie setzt eine verhältnismäßig zuverlässige Schätzung über die möglichen Versteigerungsumsätze voraus. Die Aufstellung einer solchen Umsatzschätzung verlangt von dem Versteigerer nicht nur eine genaue Sachkenntnis, sondern vor allem auch ein starkes Einfühlungsvermögen in die Marktlage.

aa) Bestimmungsgrundlagen

Die Schätzung muß von dem Versteigerer vielfach vor der Erteilung des Verkaufsauftrages vorgenommen werden. Bei jeder Schätzung der möglichen Umsätze sind neben dem Wert der einzelnen Versteigerungswaren und der Marktlage vor allem auch die äußeren Umstände einer Versteigerung zu berücksichtigen.

1. Die äußeren Umstände einer Versteigerung. Der Erfolg jeder Versteigerung wird in sehr starkem Umfange durch psychologische Einflüsse bestimmt. Es ist ein alter Erfahrungsgrundsatz, daß Versteigerungswaren mit veröffentlichten Besitzverhältnissen stärker gefragt werden als anonyme Versteigerungswaren. Nach den Erfahrungen Berliner Versteigerer liegen die Preise bei einer Versteigerung von namentlich propagierten Versteigerungswaren um rund 30 % höher als die Preise für Versteigerungswaren ungenannter Herkunft. Je bekannter die Persönlichkeit des Verkäufers ist, um so stärker ist im allgemeinen die Zugkraft der Versteigerung. Die günstigeren Versteigerungsergebnisse bei namentlich angekündigten Versteigerungswaren, besonders auch bei Hausversteigerungen, haben vielfach zu Auswüchsen im Versteigerungsgewerbe Veranlassung gegeben. In Großstädten,

besonders in Berlin haben z. B. Versteigerer wiederholt Gegenstände verschiedener Herkunft zur Vortäuschung von Besitzverhältnissen in vorübergehend gemieteten Räumen ausgeboten. Neuerdings sind mit der Verschärfung der behördlichen Ueberwachung solche Mißstände im Versteigerungsgewerbe zwar seltener geworden, aber noch nicht ganz verschwunden.

2. Die Marktlage bei der Versteigerung. Die Marktlage für Versteigerungswaren wird — abgesehen von dem absoluten Wert der Versteigerungsware und von der namentlichen Werbung — vor allem durch den Zeitpunkt der Versteigerung, durch die Geschmacksrichtung des Publikums und durch die Preisentwicklung für entsprechende reguläre Ware bestimmt. Dabei ist es im Versteigerungsverkauf noch schwieriger als beim Verkauf regulärer Waren, sich zuverlässige Urteile über die möglichen Käuferschichten zu bilden. Beim Versteigerungsverkauf bestimmt nicht ein feststehender Bedarf, sondern in starkem Ausmaße das gelegentliche Angebot den Zeitpunkt der Bedarfsdeckung. Die Zahl der möglichen Käufer ist weniger abhängig von der Hochwertigkeit einzelner Versteigerungswaren als von dem Durchschnittsniveau des Gesamtmaterials der einzelnen Versteigerung. Die Versteigerer sind daher bestrebt, für die einzelnen Versteigerungen ein möglichst hochwertiges Qualitätsniveau zu schaffen. Häufig versuchen sie auch, durch künstliche Mittel das Interesse an einer Versteigerung zu heben und dadurch den Interessentenkreis zu vergrößern. Dies geschieht vielfach durch Einfügen besonders hochwertiger Versteigerungswaren aus verschiedenem Besitz. Diese hochwertigen Versteigerungswaren sind zwar infolge zu hoher Preislimite vielfach unverkäuflich, sie sind jedoch geeignet, die Nachfrage durch Hebung des Gesamtniveaus der Versteigerungswaren zu verbreitern.

Ebenso wie für den Geschäftserfolg anderer Handels- und Gewerbezweige sind auch für den Erfolg der Versteigerungen jahreszeitliche Schwankungen von großem Einfluß. Soweit die Auftraggeber nicht besondere Wünsche hinsichtlich

des Zeitpunktes der einzelnen Versteigerungen erheben, versuchen daher die Versteigerer, die Durchführung bedeutender Versteigerungen möglichst in die Monate zu verlegen, in denen Versteigerungserfolge nach ihren Erfahrungen am wahrscheinlichsten sind. Eine Ueberprüfung der in den Jahren 1928 bis 1930 erschienenen Versteigerungsinserate läßt für Berlin erkennen, daß der größte Teil der Versteigerungen in den Monaten April, Oktober und November durchgeführt wird. Dabei bestehen allerdings Unterschiede zwischen der Versteigerung von Gegenständen des allgemeinen Bedarfs und von hochwertigen Versteigerungswaren besonderer Art. Für Gegenstände des allgemeinen Bedarfs ist die Kauflust vor Weihnachten und zu den Umzugsterminen im Frühjahr und Herbst besonders gesteigert. Für hochwertige Versteigerungsware besonderer Art erleichtern hingegen die Reisezeit und die stillere Geschäftszeit in anderen Gewerben die Heranziehung eines größeren Interessentenkreises.

Wandlungen im Geschmack wirken gleichfalls in stärkerem Umfange, als gemeinhin angenommen wird, auf den Geschäftserfolg der Versteigerungen zurück. Die Mode ist insbesondere für den Absatz hochwertiger Versteigerungswaren von Einfluß. Die aus den Modeschwankungen sich ergebenden Geschäftsrisiken sind seit dem Kriege außerordentlich verstärkt worden. Der Wechsel der Mode ist seit dem Kriege wesentlich rascher geworden; seine Richtung läßt sich auch schwerer erkennen, als dies bei den verhältnismäßig gleichmäßigeren Verbrauchsgewohnheiten der Vorkriegszeit der Fall war. Auf der anderen Seite hat gerade der Modewechsel, besonders bei der Versteigerung von Kunstgegenständen, in der Nachkriegszeit manchen Versteigerungen einen überraschenden Erfolg gebracht und damit das Arbeitsgebiet für das Versteigerungsgewerbe durch Weckung einer neuen Nachfrage erweitert. Der reguläre Handel macht sich diese Meinungsbildung, die über die Mode im Versteigerungsverkauf gebildet wird, zumeist rasch zunutze. Er stößt alle Vorräte der im Versteigerungsverkauf besonders nachgefragten Ware ab, um an-

schließend das Interesse der Sammler auf ein anderes Sammelgebiet zu lenken. So haben sich in der Nachkriegszeit schnell außerordentlich hohe Preise für die verschiedensten Kunstgegenstände herausgebildet. Nach einer kurzen Zeit sind diese Rekordpreise allerdings ebenso schnell wieder zurückgegangen, wie sie sich gebildet hatten.

Das Versteigerungshaus, das bei den Versteigerungen solcher Waren zumeist eine längere Zeit zur Vorbereitung und zur Durchführung der Versteigerung benötigt, konnte dem Wechsel der Preise vielfach nicht so schnell folgen wie der reguläre Handel. Aus diesem Grunde haben die Versteigerer, insbesondere bei Kunstauktionen, wiederholt erhebliche Verluste erlitten.

3. Die vorsätzlichen Einwirkungen auf die Preisbildung. Die Unsicherheit über den Verlauf der Versteigerungen wird durch den organisierten Eingriff in die Preisbildung erheblich gesteigert. An einer systematischen Beeinflussung der Preise sind sowohl die Versteigerer als auch die Auftraggeber und die Käufer interessiert. Die Möglichkeiten, die Preise zu beeinflussen, sind vielgestaltig. Der Erfolg solcher Maßnahmen ist aber aus Gründen, die bereits dargestellt sind, immer äußerst zweifelhaft. Der Versteigerer muß daher bei seiner Umsatzschätzung auch die Möglichkeit einer systematischen Beeinflussung der Preise sowohl durch die Auftraggeber als auch durch die Käufer in Berücksichtigung ziehen. Dabei ist von ihm vor allem die Limitfrage zu prüfen, da von der Höhe der Limite vielfach der ganze Erfolg der Versteigerung abhängig ist. Auch die regste Beteiligung an den Auktionen und die höchste Qualität der ausgebotenen Versteigerungswaren führen zu keinem Erfolg, wenn die Preislimite zu hoch angesetzt sind und so in Erscheinung treten, daß sie die Kauflust verringern.

Die Vielgestaltigkeit der Ursachen, die den Erfolg einer Versteigerung beeinflussen, läßt nur selten eine zuverlässige Schätzung über die Umsatzhöhe zu. Bei 27 Versteigerun-

gen, die im einzelnen überprüft wurden, wurden z. B. die gesamten Umsatzwerte auf 2 327 200,— RM geschätzt. Der effektive Umsatz bezifferte sich hingegen auf 1 498 700,— RM. Diese auffallende Differenz findet dadurch ihre Erklärung, daß Waren unverkauft bleiben oder unter dem Schätzungswert zugeschlagen werden. Trotz außerordentlicher Schwankungen zwischen Schätzungswert und effektiven Umsätzen werden die Versteigerer leicht dazu verleitet, die Umsatzwerte zu überschätzen und nicht zuletzt auch aus Reklamegründen bei den einzelnen Versteigerungen einen Aufwand zu machen, der zu den geschätzten Umsatzwerten und insbesondere zu den effektiven Umsätzen in keinem Verhältnis steht.

bb) Die Werbetechnik

Für den Geschäftserfolg der Versteigerung ist die Werbung von allergrößter Bedeutung. Für ihre Gestaltung hat sich auf Grund langjähriger Erfahrungen eine bestimmte Technik herausgebildet. Die meisten Versteigerer versuchen, die Werbekraft auf einen festen Absatztermin zu konzentrieren und durch eine systematische Aufeinanderfolge der Werbemittel einen möglichst großen Nutzwert der Werbung zu erzielen. Die Zeitdauer der Werbung muß zumeist mit der Größe des Versteigerungsauftrages und der Höherwertigkeit der einzelnen Versteigerungswaren verlängert werden. Die Verlängerung der Werbedauer ist in der Regel begleitet von einer Häufung der verschiedensten Reklamemethoden. Dabei ist im Grundsatz zu unterscheiden zwischen der allgemeinen Werbung, die sich an einen unbekannten Abnehmerkreis wendet, und der speziellen Werbung, durch die Käuferschichten mit einem bestimmten und bekannten Bedarf bearbeitet werden. Die stärkere Spezialisierung des Versteigerungsmaterials hat dazu geführt, daß die Ausgaben der unmittelbaren Werbung dauernd steigen und heute, besonders bei den Spezialbetrieben des Versteigerungsgewerbes, die mittelbaren Ausgaben übertreffen. Nach der Art der Versteigerungsware lassen

sich die Versteigerungen, allerdings mit einiger Willkür, in drei Gruppen einteilen. In der Gruppe I werden Spezialobjekte höchster Qualitätsklasse, vorwiegend Gegenstände von Seltenheitswert, versteigert. Die Versteigerungsgruppe II umschließt mittlere Qualitätsware, vor allem Gegenstände des allgemeinen Bedarfs von höherer Qualität und mit vorwiegendem Luxuscharakter. In der Gruppe III werden Gegenstände des allgemeinen Bedarfs mit reinem Gebrauchscharakter versteigert. Auf Grund dieser Einteilung läßt sich der auf S. 55 abgedruckte Reklameplan aufstellen [71]).

Die Inseratenpropaganda erstreckt sich bei allen Auktionshäusern ziemlich einheitlich auf die gleichen Tageszeitungen und Zeitschriften. Die Auflage der ausgegebenen Kataloge schwankt zwischen 1200 und 3000 Stück, die der listenmäßig angeordneten Verzeichnisse zwischen 1200 und 5000 Stück. Im Gegensatz zu den Auktionsunternehmen anderer Länder haben die deutschen Kunstauktionshäuser in den Jahren 1925 bis 1930 die Ausstattung der Kataloge außerordentlich gesteigert. Mehrbändige Werke mit Abbildungen sämtlicher Verkaufsgegenstände waren keine Seltenheit. Die für die einzelnen Katalogauflagen verausgabten Beträge bewegten sich teilweise zwischen 20 000 und 50 000 RM. Die durch die großen Auktionsunternehmen ausgelöste Sucht, sich gegenseitig in der Ausstattung der Druckschriften zu überbieten, ergriff das gesamte Gewerbe. Sie verleitete die Versteigerer häufig zu einem der Qualität der Versteigerungswaren nicht angemessenen Reklameaufwand.

Andererseits besteht kein Zweifel, daß die Werbekraft der Kataloge dazu beigetragen hat, das Ansehen des gesamten Versteigerungsgewerbes zu heben. Die Frage jedoch, ob betriebswirtschaftlich der hohe Reklameaufwand gerechtfertigt war, muß verneint werden.

---

[71]) Für die Aufstellung des Reklameplans standen Unterlagen verschiedener Auktionsunternehmen zur Verfügung. Soweit wie möglich wurden diese Unterlagen nach den Veröffentlichungen in der Tagespresse nachgeprüft und ergänzt.

2. Proportionale und Sonderkosten

Während die Reklamekosten zum großen Teil als fixe Kosten anzusprechen sind, sind die Vermittlergebühren und die Steuern als proportionale Kosten des Versteigerungsgewerbes zu betrachten. Die Vermittlergebühren sind insbesondere bei der Versteigerung von Gegenständen hochwertiger Qualität von Bedeutung. So mußten bei 80 % der untersuchten Versteigerungen der Gruppe I (vgl. Tabelle 1 auf Seite 57), auf denen solche hochwertigen Versteigerungswaren ausgeboten wurden, Vermittlungsgebühren bezahlt werden. Die Provisionssätze für die Zubringung von Versteigerungswaren bewegen sich zumeist zwischen 3 und 5 % des Umsatzes, stellen also eine nennenswerte Kostenbelastung dar. Außer der Umsatzsteuer muß vom Umsatz aller Versteigerungen noch ein besonderer Versteigerungsstempel bezahlt werden, der in Preußen $^2/_3$ % vom Umsatz beträgt. Die Umsatz- und Versteigerungssteuern werden jedoch, falls keine abweichenden Vereinbarungen getroffen sind, vom Auftraggeber entrichtet. Der Versteigerer hat in diesen Fällen lediglich für den Teil des Steuerbetrages aufzukommen, der auf die Aufgeldsumme entfällt. Außer diesen Kosten entstehen im Verlaufe der Versteigerung häufig noch einige Sonderkosten. Solche Sonderkosten sind z. B. die Versteuerung von Rückkäufen, Limitdifferenzen und in einzelnen Fällen auch Vergütungen an die Käufer.

3. Kosten und Umsatz

Exakte Erhebungen über die Umsätze und über die Kosten begegnen im Versteigerungsgewerbe noch größeren Schwierigkeiten als in anderen Gewerbezweigen. Das Versteigerungsgewerbe ist aus vielen Gründen ein stark spekulatives Gewerbe und auch infolge der persönlichen Eigenart der Versteigerer nur schwer einem zwischenbetrieblichen Vergleich zugänglich. Trotz dieser und anderer Hemmungen ließ sich jedoch für 40 Versteigerungen, die vorwiegend in den Jahren 1926 bis 1930 in Großstädten durchgeführt wurden, ein zahlenmäßiger Ueberblick

Reklame-Plan für Versteigerungsbetriebe

(nach den Unterlagen von 2 Auktionshäusern in verschiedenen Städten)

Art des Werbemittels	Zeitraum zwischen Beginn der Werbung und Versteigerungstermin			Anteil der einzelnen Werbemittel an den Gesamtkosten der Werbung		
	Versteigerungs-Gruppe I	Versteigerungs-Gruppe II	Versteigerungs-Gruppe III	Versteigerungs-Gruppe I	Versteigerungs-Gruppe II	Versteigerungs-Gruppe III
				%	%	%
Mittelbare Werbemittel						
Fachzeitschriften	6-12 Wochen	—	—	24	—	—
Tageszeitungen:						
redaktionelle Besprechungen	4 Wochen	8 Tage [1])	—	—	—	—
Inserate an auswärtigen Plätzen	3 Wochen	—	—	8	—	—
Inserate am Versteigerungsort	10 Tage	4 Tage	2 Tage	10	60	100
Plakatierung	8 Tage[1])	4 Tage [1])	—	—	—	—
Verbreitung durch Rundfunk	3 Tage[1])	—	—	—	—	—
Unmittelbare Werbemittel						
Katalogwerbung an auswärtigen Plätzen	4-10 Wochen	—	—	} 55	—	—
Katalogwerbung am Versteigerungsort	3 Wochen	—	—		—	—
gedruckte Verzeichnisse	—	10 Tage	—	—	40	—
Einladungen	5 Tage	—	—	3	—	—

[1]) Anwendung nur ausnahmsweise.

über die Kostenverteilung gewinnen. Ueber die Ergebnisse dieser und der betrieblichen Untersuchungen unterrichten die Tabellen 1 bis 3 auf S. 57—59. Dabei ist die Einteilung der einzelnen Versteigerungen nach der Qualität der Versteigerungswaren in drei Gruppen beibehalten [72]). Die Gesamtkosten sind im Versteigerungsgewerbe, gemessen am Umsatz, außerordentlich vielgestaltig. Die Kosten schwanken zwischen 6,6 und 36,5 %. Sie lassen also eine einigermaßen zuverlässige Vorausbestimmung des angemessenen Aufwandes nur schwer zu.

Die einzige einigermaßen sichere Bestimmungsgrundlage für die Kosten ist der Schätzungswert. Er schwankt zwar entsprechend dem verschiedenen Urteil der einzelnen Sachverständigen gleichfalls stark, ist jedoch für die Beurteilung des Kostenaufwandes immer noch der beste Gradmesser. Nach den bei 40 Versteigerungen durchgeführten Untersuchungen schwankt das Verhältnis der fixen Kosten zum Schätzungswert im allgemeinen zwischen 5 und 9 %. Soweit die Kosten 9 % überstiegen, wurden sie durch besondere Abmachungen verursacht.

Die Kostenbelastung wirkt sich um so stärker aus, je weiter der tatsächlich erzielte Umsatz hinter dem Taxwert zurückbleibt. Der Anteil der fixen Kosten am effektiven Umsatz bewegt sich nach den bei den 40 Versteigerungen durchgeführten Erhebungen zwischen 5,2 und 29,7 %. Der Durchschnittssatz der fixen Kosten am Umsatz beträgt 12,4 %. Dieser durchschnittliche Kostensatz ist jedoch in hohem Maße rein zufällig zu Stande gekommen. Er hat daher keine allgemeine Geltung. Die Kostenlast des Versteigerungsgewerbes wird durch die vom Versteigerungsverlauf abhängigen proportionalen Kosten weiter erhöht. Sie steigern den Durchschnitt der Gesamtkosten nach den bei den 40 Versteigerungen getroffenen Ermittlungen auf fast 16 % vom Umsatz.

Die Einwirkungen der Kosten sind bei den einzelnen Qualitätsstufen der Versteigerungswaren ungleichmäßig. Bei

[72]) Wegen der Qualität der einzelnen Gruppen vgl. S. 53.

Tabelle 1: **Kosten einiger Versteigerungen der Warengruppe I**[1])

Lfd. Nr.	Taxwert der Versteigerungsware[2])[3]) RM	Umsatz[2]) (Zuschlags-Preise) RM	Kosten[2]) in RM			Fixe Kosten in % vom Taxwert	Kosten in % vom Umsatz		
			fixe Kosten	proportionale und Sonderkosten	Gesamtkosten		fixe Kosten	proportionale und Sonderkosten	Gesamtkosten
1	1 150 000	468 400	60 300	11 800	72 100	5,2	12,8	2,5	15,3
2	184 000	139 800	10 300	1 200	11 500	5,6	7,4	0,9	8,3
3	560 000	133 800	21 400	6 300	27 700	3,8	16,0	4,7	20,7
4	160 400	100 400	13 400	6 200	19 600	8,3	13,3	6,2	19,5
5	145 000	98 400	9 200	3 400	12 600	6,3	9,3	3,5	12,8
6	220 000	97 600	13 900	400	14 300	6,3	14,2	0,4	14,6
7	220 000	93 600	20 500	300	20 800	9,3	21,9	0,3	22,2
8	320 000	55 800	16 600	3 800	20 400	5,2	29,7	6,8	36,5
9	180 000	48 000	10 900	3 100	14 000	6,1	22,7	6,5	29,2
10	78 000	38 000	6 400	1 220	7 620	8,2	16,8	3,2	20,0
Durchschnitt[4])						6,4	16,4	3,5	19,9

[1]) Spezialobjekte höchster Qualitätsklasse, vorwiegend Gegenstände von Seltenheitswert.
[2]) Die eingesetzten Beträge sind abgerundet, das Aufgeld ist in den angegebenen Umsätzen nicht enthalten.
[3]) Der angesetzte Taxwert umfaßt das gesamte für die Versteigerung vorgesehene Material, also einschließlich der in der Versteigerung unverkauft gebliebenen Gegenstände.
[4]) Durchschnitt = arithmetisches Mittel.

Tabelle 2: **Kosten einiger Versteigerungen der Warengruppe II**[1])

Lfd. Nr.	Taxwert der Versteige-rungsware[2]) [3]) RM	Umsatz [2]) (Zuschlags-Preise) RM	Kosten [2]) in RM			Fixe Kosten in % vom Taxwert	Kosten in % vom Umsatz		
			fixe Kosten	proportionale und Sonderkosten	Gesamt-kosten		fixe Kosten	proportionale und Sonderkosten	Gesamt-kosten
1	28 500	22 100	1720	310	2030	6,0	7.7	1,4	9,1
2	18 200	20 400	1700	1180	2880	9,3	8,3	5,8	14,1
3	31 200	18 400	1800	1010	2810	5,9	9,7	5,5	15,2
4	—	17 200	1620	380	2000	—	9,4	2,2	11,6
5	30 800	17 100	2100	910	3010	6,8	12,2	5,3	17,5
6	17 200	16 400	1600	760	2360	9,3	9.7	4,6	14,3
7	24 600	16 100	1700	960	2660	6,9	10,5	6,0	16,5
8	18 000	15 900	1400	40	1440	7,7	8,8	0,3	9,1
9	21 400	13 800	1600	30	1630	7,5	11,6	0.2	11,8
10	14 500	13 200	1600	280	1880	11,0	12,1	2,1	14,2
11	26 500	11 200	2200	70	2270	8,3	19,6	0,6	20,2
12	—	11 200	1400	20	1420	—	12,5	0,2	12,7
13	18 000	9 600	1750	510	2260	9,7	18,2	5,3	23,5
14	12 000	8 900	1400	280	1660	11,6	15,7	3,1	18,8
15	—	8 200	900	430	1350	—	10,9	5.2	16,1
Durchschnitt [4])						8,3	11,8	3,2	15,0

[1]) Mittlere Qualitätsware, vor allem Gegenstände des allgemeinen Bedarfs höherer Qualität mit vorwiegendem Luxuscharakter.
[2]) Die eingesetzten Beträge sind abgerundet, das Aufgeld ist in den angegebenen Umsätzen nicht enthalten.
[3]) Vgl. Tabelle 1. [4]) Durchschnitt = arithmetisches Mittel.

Tabelle 3: **Kosten einiger Versteigerungen der Warengruppe III**[1])

Lfd. Nr.	Taxwert der Versteigerungsware[2]) [3]) RM	Umsatz [2]) (Zuschlags-Preise) RM	Kosten [2]) in RM			Fixe Kosten in % vom Taxwert	Kosten in % vom Umsatz		
			fixe Kosten	proportionale und Sonderkosten	Gesamtkosten		fixe Kosten	proportionale und Sonderkosten	Gesamtkosten
1	14 200	13 100	840	680	1520	5,9	6,4	5,2	11,6
2	—	11 200	580	360	940	—	5,2	3,2	8,4
3	13 200	10 300	820	610	1430	6,2	8,0	5,9	13,9
4	18 000	9 500	600	30	630	3,3	6,3	0,3	6,6
5	—	9 400	780	520	1300	—	8,3	5,5	13.8
6	5 500	6 200	620	10	630	11,2	10,0	0,2	10,2
7	6 000	5 800	520	390	910	8,6	9,0	6,7	15,7
8	—	5 200	480	10	490	—	9,2	0,2	9,4
9	—	4 600	520	320	840	—	11,3	6,9	18,2
10	4 000	3 900	400	10	410	10,0	10,2	0,3	10,5
11	—	3 600	400	10	410	—	11,1	0,3	11,4
12	3 500	3 100	420	190	610	12,0	13,5	6,1	19,6
13	5 000	2 900	460	30	490	9,2	15,9	1,0	16,9
14	—	2 400	340	10	350	—	14,1	0,4	14.5
15	—	1 200	220	20	240	—	18,3	1,7	20,0
Durchschnitt [4])						8,3	10,5	2,9	13,4
Gesamtdurchschnitt [4]) aus den Einzelzahlen der Tabellen 1-3						7,7	12,4	3.2	15,6

[1]) Gegenstände des allgemeinen Bedarfs mit reinem Gebrauchscharakter.
[2]) Die eingesetzten Beträge sind abgerundet, das Aufgeld ist in den angegebenen Umsätzen nicht enthalten.
[3]) Vgl. Tabelle 1. [4]) Durchschnitt = arithmetisches Mittel.

den Versteigerungswaren von höchster Qualität veranlaßt ein unvorhergesehenes Zurückbleiben der Umsatzhöhe und nicht zuletzt auch der erhöhte Aufwand für die Werbung die relativ ungünstigste Gestaltung der Kosten. Dabei sind Versuche, den Verlauf der fixen Kosten durch künstliche Erhöhungen der Umsätze degressiv zu gestalten, gerade bei Waren hochwertiger Qualität wenig aussichtsreich. Bei diesen Versteigerungswaren handelt es sich zumeist um Waren, die aus demselben Besitz stammen. In diese Versteigerungsbestände lassen sich fremde umsatzsteigernde Einzelgegenstände oft schwer einfügen. Das starke Steigen der Gesamtkosten bei den Versteigerungen von Waren hochwertigster Qualität wird aber auch vor allem durch den vergleichsweise stärkeren Reklameaufwand und durch höhere proportionale Kosten, die in der Form von Vermittlergebühren entstehen, veranlaßt.

Bei den Versteigerungswaren der Gruppen II und III liegt der Kostensatz niedriger. Dies wird durch eine intensivere Reklameausnutzung als Folge einer umfangreicheren Materialvereinigung erreicht. Weit über die Hälfte der Versteigerungen von Gegenständen der Gruppe II und III werden von den Versteigerungsfirmen mit Hilfe der Vereinigung von Waren verschiedenen Besitzes durchgeführt. Die Auktionshäuser versuchen zur Verringerung der Kosten innerhalb der gleichen Versteigerung eine möglichst große Zahl von einzelnen Gegenständen auszubieten. Je nach der Gewandtheit des Versteigerers schwankt die Zahl der an einem Tage zum Verkauf kommenden Gegenstände zwischen 200 und 600.

c) Der Reinertrag

Im Versteigerungsgewerbe steht einem feststehenden Aufwand ein ungewisser Versteigerungserlös gegenüber. Die Schwankungen im Ertrag sind so bedeutend, daß sich eine als normal zu betrachtende Reinertragsquote im Versteigerungsgewerbe nicht angeben läßt. Die betriebsstatistische Ueberprüfung der 40 Versteigerungen hat zu dem in den Tabellen 4—6 auf S. 61—63 wiedergegebenen Ergebnis geführt.

Tabelle 4: **Erträge einiger Versteigerungen der Warengruppe I[1])**

Lfd. Nr.	Umsatz [2]) (Zuschlags-Preise)	Brutto-Ertrag				Brutto-Ertrag	Gesamt-kosten	Rein-Ertrag	Rein-Ertrag [2]) in
		Zahlungen d. Auftraggeber [2])		von den Kunden gezahltes Aufgeld [2])	insgesamt [2])				
		Umsatzprovision	fester Zuschuß						
	RM	RM	RM	RM	RM	in % vom Umsatz			RM
1	468 400	28 100	15 000	54 500	97 600	20,8	15,3	5,5	25 500
2	139 800	8 100	—	17 300	26 200	18,7	8,3	10,4	14 700
3	133 800	11 400	—	15 800	27 200	20,3	20,7	0,4	500
4	100 400	15 100	4 000	11 200	30 300	30,2	19,5	10,7	10 700
5	98 400	9 800	—	11 600	21 400	21,7	12,8	8,9	8 800
6	97 600	9 700	2 500	11 400	23 600	24,2	14,6	9,6	9 300
7	93 600	9 300	—	11 900	21 200	22,6	22,2	0,4	400
8	55 800	4 500	10 700 [3])	6 600	21 800	39,1	26,5	2,6	1 400
9	48 000	6 200	7 000	5 700	18 900	39,3	29,2	10,1	4 900
10	38 000	3 800	—	4 460	8 260	21,7	20,0	1,7	640
Durchschnitt [4])						25,9	18,9	6,0	—

[1]) Spezialobjekte höchster Qualitätsklasse, vorwiegend Gegenstände von Seltenheitswert.
[2]) Die eingesetzten Beträge sind abgerundet, das Aufgeld ist in den angegebenen Umsätzen nicht enthalten.
[3]) RM 1000,— Expertenzuschuß, RM 9700.— Rückkaufprovision.
[4]) Durchschnitt = arithmetisches Mittel.

Tabelle 5: **Erträge einiger Versteigerungen der Warengruppe II** [1])

Lfd. Nr.	Umsatz [2]) (Zuschlags-Preise) RM	Brutto-Ertrag: Zahlungen d. Auftraggeber [2]): Umsatzprovision RM	Brutto-Ertrag: Zahlungen d. Auftraggeber [2]): fester Zuschuß RM	Brutto-Ertrag: von den Kunden gezahltes Aufgeld [2]) RM	Brutto-Ertrag: insgesamt [2]) RM	Brutto-Ertrag in % vom Umsatz	Gesamtkosten in % vom Umsatz	Rein-Ertrag (+) [2]) bzw. Verlust (—) in % vom Umsatz	Rein-Ertrag (+) [2]) bzw Verlust (—) in RM
1	22 100	1100	—	2820	3920	17,7	9,1	8,6	1 890
2	20 400	3160	—	2010	5170	25,3	14,1	11,2	2 290
3	18 400	1840	—	2110	3950	21,4	15,2	6,2	1 140
4	17 200	1290	—	1720	3010	17,5	11,6	5,9	1 010
5	17 100	850	300	1950	3100	18,1	17,5	0,6	90
6	16 400	1640	—	2120	3760	22.9	14,3	8,6	1 400
7	16 100	2010	—	1940	3950	24.5	16,5	8,0	1 290
8	15 900	1590	—	1860	3450	21,7	9,1	12,6	2 010
9	13 800	1100	—	1780	2880	20.8	11,8	9,0	1 250
10	12 200	660	300	1540	2500	18,9	14,2	4,7	620
11	11 200	560	500	1430	2490	22,2	20,2	2,0	220
12	11 200	1120	—	1100	2220	19,8	12,7	7,1	800
13	9 600	960	—	1010	1970	20,5	23,5	— 3,0	— 290
14	8 900	840	—	820	1710	19,2	18,8	0,4	50
15	8 200	410	—	1030	1440	17,4	16,1	1,3	90
Durchschnitt [3])						20,5	15,0	5.5	—

[1]) Mittlere Qualitätsware, vor allem Gegenstände des allgemeinen Bedarfs von höherer Qualität und mit vorwiegendem Luxuscharakter

[2]) Die eingesetzten Beträge sind abgerundet, das Aufgeld ist in den angegebenen Umsätzen nicht enthalten.

[3]) Durchschnitt = arithmetisches Mittel.

Tabelle 6: Erträge einiger Versteigerungen der Warengruppe III [1]

Lfd. Nr.	Umsatz [2] (Zuschlags-Preise) RM	Brutto-Ertrag: Zahlungen d. Auftraggeber [2]: Umsatzprovision RM	Brutto-Ertrag: Zahlungen d. Auftraggeber [2]: fester Zuschuß RM	Brutto-Ertrag: von den Kunden gezahltes Aufgeld [2] RM	Brutto-Ertrag: insgesamt [2] RM	Brutto-Ertrag in % vom Umsatz	Gesamtkosten in % vom Umsatz	Rein-Ertrag (+) [2] bzw. Verlust (−) in % vom Umsatz	Rein-Ertrag (+) [2] bzw. Verlust (−) RM
1	13 100	1310	—	1740	3050	23,3	11,6	11,7	1530
2	11 200	1120	—	1300	2420	21,6	8,4	13,2	1480
3	10 300	620	800	1350	2770	26,9	13,9	13,0	1340
4	9 500	950	—	1120	2070	21,7	6,6	15,1	1440
5	9 400	470	600	1400	2470	26,3	13,8	12,5	1170
6	6 200	930	—	610	1540	24,8	10,2	14,6	910
7	5 800	580	500	760	1840	31,7	15,7	16,0	930
8	5 200	260	—	640	900	17,3	9,4	7,9	410
9	4 600	370	—	580	950	20,6	18,2	2,4	110
10	3 900	390	500	390	1280	32,8	10,5	22,3	870
11	3 600	360	—	340	700	19,4	11,4	8,0	290
12	3 100	150	—	420	570	18,4	19,6	— 1,2	— 40
13	2 900	150	350	380	880	30,3	16,9	13,4	390
14	2 400	240	—	240	480	20,0	14,5	5,5	130
15	1 200	120	—	160	280	23,3	20,0	3,3	40
Durchschnitt [3]						23,9	13,4	10,5	—
Gesamtdurchschnitt [3] aus den Einzelzahlen der Tabellen 4-6.						23,1	15,4	7,5	—

[1]) Gegenstände des allgemeinen Bedarfs mit reinem Gebrauchscharakter.
[2]) Die eingesetzten Beträge sind abgerundet, das Aufgeld ist in den angegebenen Umsätzen nicht enthalten.
[3]) Durchschnitt = arithmetisches Mittel.

Die Erhebungsergebnisse dieser 40 Versteigerungen lassen außerordentliche Unterschiede der einzelnen Reinerträge erkennen. Gemessen am Umsatz steigt diese Unterschiedsspanne bis auf rund 25,3 %; die aus den einzelnen Versteigerungen fließenden Bruttoeinnahmen zeigen hiergegen nur Schwankungen bis 15,5 %. Dabei wurden die in Tabelle 4 unter 8 und 9 aufgeführten Versteigerungen nicht berücksichtigt. Die besonders hohen Bruttoerträge dieser beiden Versteigerungen sind durch ausnahmsweise hohe Zuschüsse der Auftraggeber entstanden. Entgegen der landläufigen Meinung sind die Reinerträge der einzelnen Versteigerungen vielfach sehr gering. Die gelegentlichen Verlustabschlüsse unterstreichen ebenso wie der verhältnismäßig geringe Reinertrag das große Geschäftsrisiko der Versteigerer. Eine Verringerung dieses Risikos scheint schon deshalb erforderlich zu sein, weil der Versteigerer dem Auftraggeber gegenüber als Treuhänder zu wirken hat.

III. Die Rentabilität des Betriebes

a) Die Generalunkosten

Die im Versteigerungsbetrieb geschaffene Organisation bildet lediglich den Rahmen zur Durchführung der einzelnen, in sich abgeschlossenen Versteigerungen. Alle außerhalb des speziellen Aufwands entstehenden Kosten dienen ihrer Aufrechterhaltung. Von der Höhe der Generalunkosten ist die Rentabilität des Betriebes abhängig. Im Versteigerungsgewerbe lassen sich zwei Arten von Generalkosten unterscheiden: 1. die Kosten der dauernden Bereitschaft zur Abhaltung von Versteigerungen, 2. die Kosten zur Steigerung der Intensität der Betriebsausnutzung. Beide Kostenbestandteile bedingen sich in ihrer Höhe wechselseitig. Ein Betrieb mit hohen Bereitschaftskosten ist auf eine intensivere Beschaffung von Versteigerungswaren angewiesen. Gerade die beschränkte Menge der Versteigerungsware ist häufig die Ursache von unverhältnismäßig hohen und lediglich für die Ausnutzung des

Betriebes aufzuwendenden Kosten. Unter dem Druck des verschärften Wettbewerbs sind die Kosten für die Aufrechterhaltung des Betriebsrahmens seit dem Kriege im Versteigerungsgewerbe dauernd gestiegen. Diese Erhöhung der Betriebskosten hat wiederum zurückgewirkt auf die für die Heranziehung von Versteigerungswaren aufzuwendenden Kosten. Auch bei der Beschaffung der Versteigerungsware haben sich infolge des starken Wettbewerbes der Versteigerer die allgemeinen Unkosten seit der Vorkriegszeit beträchtlich gesteigert.

1. Die Kosten der dauernden Bereitschaft

Jeder ordnungsgemäß geführte Versteigerungsbetrieb ist darauf angewiesen, die einzelnen Versteigerungswaren laufend zu sammeln und sie in übersichtlichen Lagerräumen aufzubewahren. Die Durchführung der Versteigerung und ihrer Abrechnung setzt ein mit der Eigenart des Versteigerungsgewerbes vertrautes Personal voraus. Abgesehen von den nur mit Bürobetrieb arbeitenden Versteigerern, die Versteigerungen am Standort der Versteigerungsware oder in von Fall zu Fall gemieteten Sälen vornehmen, und bei denen von einem eigentlichen Versteigerungsbetrieb nicht gesprochen werden kann, besitzen alle Versteigerungsunternehmen eigene Ausstellungs- und Versteigerungssäle sowie Büroräume mit in festem Vertragsverhältnis stehenden Hilfskräften. Die Zahl der in den einzelnen Versteigerungsbetrieben beschäftigten Personen ist außerordentlich unterschiedlich. Die Abweichungen der Bereitschaftskosten werden jedoch weniger durch die wechselnden Personalausgaben als durch die unterschiedlichen Raumkosten veranlaßt. Die Geschäftsräume der Versteigerer dienen zum erheblichen Teil als Werbemittel, und es entbrannte um die Lage und die Ausstattung der Geschäftsräume im Versteigerungsgewerbe teilweise ein heftiger Wettbewerb. Eigene Geschäftshäuser in teuersten Geschäftsgegenden mit hohen Mieten haben daher die allgemeinen Kosten vieler Versteigerungsbetriebe bedeutend erhöht. Dabei hat zweifellos die

Verbesserung der Betriebsräume auf eine Vermehrung der Versteigerungswaren hingewirkt. Uebersichtliche Ausstellungsräume gestatten nicht nur eine sachgemäße Zurschaustellung der Versteigerungswaren, sondern erhöhen gleichzeitig infolge der erleichterten Vorbesichtigung das Vertrauen der Käuferkreise. Zur Verstärkung der Wettbewerbskraft haben sich die meisten Betriebe heute die Bezeichnung „Kunstauktionshaus" zugelegt, obwohl die Versteigerungswaren diese Bezeichnung vielfach nicht rechtfertigen. In welchem Umfange die vorhandene Versteigerungsware eine Ausnutzung der Räume ermöglicht, zeigt eine nach Zeitungsinseraten erfolgte Zusammenstellung für eine Anzahl der größeren Versteigerungsfirmen:

Jahr	Anzahl der Versteigerungsfirmen	Versteigerungstage in eigenen Lokalitäten	als Durchschnitt für das einzelne Unternehmen	
			Versteigerungstage insgesamt	bei 300 Arbeitstagen Ausnutzung von
1928	10	120	12	4 %
1929	9	94	10,5	3,5 %
1930	9	82	9	3 %

Selbst wenn man annimmt, daß Vorbereitung, Vorbesichtigung und Warenauslieferung die zehnfache Zeit in Anspruch nehmen, was nach den vorliegenden Erfahrungen gewiß nicht zu gering geschätzt ist, erhöht sich die tatsächliche Ausnutzung der Geschäftsräume auf kaum mehr als $33^1/_3$ % der möglichen Raumausnutzung. Auch im Auktionsgewerbe bestehen „zwei Drittel der Arbeitszeit nur aus Warten in Arbeitsbereitschaft" [73]).

Zweckmäßiger als in Deutschland ist die Ausnutzung der Versteigerungsräume in Frankreich geregelt. Die in jeder

[73]) Hirsch, Neues Werden in der menschlichen Wirtschaft, Jena 1927, S. 29.

größeren Stadt in einer Kammer vereinigten „Commissaires-Priseurs" unterhalten gemeinschaftlich ein „Hotel de ventes". Am bekanntesten ist „Hotel Drouot" in Paris. Die Versteigerungsveranstaltungen finden in Frankreich, ganz unabhängig von der Gattung der Versteigerungsobjekte, in dem allen Auktionatoren zur Verfügung stehenden Auktionshaus statt. Für die Inanspruchnahme der Räume führt der Versteigerer einen Teil seiner Provisionseinnahmen an die Hausverwaltung ab. In diesem Entgelt sind die Kosten für Lagerung und Hilfskräfte enthalten. Aus den Beiträgen der Versteigerer werden die Unterhaltungskosten gedeckt. Die französische Organisation des Versteigerungsgewerbes hat den Vorteil, daß sie jeden Wettbewerb um die Geschäftsräume ausschaltet und damit den wichtigsten Kostenteil für die Aufrechterhaltung der Betriebsorganisation in ein festeres Verhältnis zum Umsatz bringt.

Im Gegensatz zu Frankreich bewirkt in Deutschland jede Abnahme des Materialangebotes ein unverhältnismäßiges Ansteigen der fixen Kosten.

2. Die Kosten für die Steigerung der Betriebsausnutzung

Die kostspielige Betriebsorganisation zwingt die Versteigerungsunternehmen immer wieder zu einer Steigerung ihres Beschäftigungsgrades. Dabei entsteht infolge des heftigen Wettbewerbes in den Werbekosten und in der Uebernahme von besonderen Risiken eine schwere Belastung der einzelnen Versteigerungsunternehmen. Die Werbekosten zur Ausfindigmachung und Erlangung geeigneter Versteigerungsware erwachsen aus einer laufenden Inseratenpropaganda in den Tageszeitungen. Diese Ausgaben werden bei den Spezialhäusern verstärkt durch Inseratausgaben in Fachzeitschriften und Fachblättern und, bei den Kunstauktionshäusern, vor allem aber durch persönliche Werbung. Ein wesentlicher Teil der Werbekosten entfällt auf Reisekosten. Diese sind insbesondere zur Heranschaffung von Versteigerungsware aus

entfernteren Wirtschaftsgebieten, teilweise aus dem Ausland, erforderlich. Vielfach wird durch solche Reisen eine langfristige Vorbereitung für die Auftragsbeschaffung betrieben. Soweit derartige Werbekosten zum Erfolg führen, werden sie bei verschiedenen Versteigerungsfirmen nicht zu den allgemeinen Kosten des Betriebes, sondern zu den speziellen Kosten der Einzelversteigerung gerechnet.

Neben den laufenden Kosten sind für das Versteigerungsgewerbe insbesondere die Vorschüsse an die Eigentümer der Verkaufsgegenstände typisch. Oft hängt mancher Versteigerungsauftrag von der Höhe des Vorschusses ab. Die Kapitalstärke gibt hier den Ausschlag.

Bei größeren Objekten wurde eine Bevorschussung immer mehr üblich. Ein größeres Kunstauktionshaus konnte in den letzten Jahren über die Hälfte aller Aufträge nur durch Gewährung von Vorschüssen erhalten. Sogar bei Versteigerung von Gegenständen des allgemeinen Bedarfs müssen heute Vorschüsse geleistet werden. Solange die hierfür aufgewendeten Betriebsmittel so vorsichtig verteilt werden, daß mit der Versteigerungsdurchführung der Rückfluß der ausgeliehenen Kapitalien gesichert ist, bleibt die Vorschußleistung ein brauchbares Hilfsmittel zur Erweiterung der Betriebsausnutzung. In den letzten Jahren sind jedoch die Kapitalrisiken für das Versteigerungsgewerbe gerade durch die Vorschußleistungen außerordentlich gesteigert worden.

3. Besondere Risiken

Die bisherigen Ausführungen streifen bereits die Umstände, die die Rentabilität eines Auktionsbetriebes bedrohen. Da das Versteigerungsmaterial nicht nach Bedarf beschafft werden kann, bedeuten die hohen Kosten der Betriebsbereitschaft eine ständige Gefahr; der Druck auf Annahme aller erreichbaren Aufträge, selbst wenn ihre Rentabilität nicht gesichert erscheint, wird dadurch verstärkt.

Besonders groß sind die Risiken, die aus der Vorschußfrage, aus einer Garantieleistung und aus der Kreditgewährung entstehen.

Die Leistung zu hoher Vorschüsse führt zur Verminderung der Liquidität. Irrtümliche Schätzungen, nicht selten als Folge eines durch Konkurrenzangebote entfachten Optimismus, und unerwartete Konjunktureinflüsse lassen den Verkauf zu Preisen, die den Vorschuß decken, als fraglich erscheinen. Der Eigentümer ist zur Rückzahlung des Vorschusses oder der entstandenen Differenz meist nicht in der Lage. Langes Warten auf eine günstigere Verkaufsgelegenheit verursacht Lagerkosten und Zinsverlust. Dem Versteigerer dient zwar die bevorschußte Versteigerungsware als Sicherheit. Der endgültige Verkauf erfolgt aber nur zu häufig mit Verlust.

Noch stärkeren spekulativen Charakter hat die Uebernahme einer Garantie für eine bestimmte Erlöshöhe durch den Auktionator. Sie kommt besonders bei dem Verkauf von Kunstgegenständen vor. Um den Auftrag zur Versteigerung einer Sammlung zu erhalten, werden mit Hilfe von Banken und durch Bildung von Garantiekonsortien mitunter Millionenbeträge garantiert. Mißerfolge bei dem Verkauf derartiger Versteigerungswaren sind in den letzten Jahren wiederholt eingetreten.

Endlich führt auch die Kreditgewährung an die Abnehmer vielfach zu Verlusten. Soweit der Auftraggeber nichts Anderes bestimmt, hat der Versteigerer binnen acht Tagen abzurechnen[74]). Jede Kreditgewährung an die Käufer geht daher ausschließlich auf das Risiko des Versteigerungsbetriebes. Langfristige Rückstände, Nichtabnahme von gekauften Gegenständen und Mindererlöse bei der Wiederveräußerung sind eine häufige Folge.

---

[74]) Preußische Vorschriften § 28.

b) Der Betriebsgewinn

Der Betriebsgewinn aus der einzelnen Versteigerung ist von dem auf diese Versteigerung entfallenden Anteil der allgemeinen Kosten abhängig. Eine Schätzung dieser Kosten unter Berücksichtigung des voraussichtlichen Beschäftigungsgrades ist kaum möglich, da bei den Schwankungen des Angebots Vergleiche mit früheren Betriebsperioden keine brauchbaren Anhaltspunkte liefern.

Hinzu kommt, daß die besonderen Kosten der einzelnen Versteigerung bei den von Fall zu Fall verschiedenen Konditionen auch keinen geeigneten Maßstab zur Beurteilung der Ertragsaussichten bilden. Hierdurch wird die Kosten- und Ertragsgestaltung im Versteigerungsgewerbe sehr labil. Die Höhe der Kosten kann nur durch eine Steigerung der Betriebsausnutzung heruntergesetzt werden, die aber nicht allein von der Betriebspolitik abhängig ist.

Eine abschließende Beurteilung der Rentabilität des gesamten Gewerbes ist bei dem Fehlen vergleichbaren Zahlenmaterials nicht möglich. Im allgemeinen erscheinen im deutschen Versteigerungsgewerbe die Rentabilitätsaussichten nicht günstig, Rentabilitätssteigerung schwierig und in großem Maß von Zufälligkeiten abhängig.

Schlußwort

Die Darstellung des modernen Versteigerungswesens in seinen Einzelheiten ist gleichzeitig eine Schilderung der allmählichen Wandlung, die das Gewerbe als Folge der Auswirkungen der Novelle zur Reichsgewerbeordnung vom 30. Juni 1900 durchgemacht hat. Nach der Inflationszeit und in erhöhtem Maße seit Anfang 1931 haben erneut Angriffe gegen das Auktionsgewerbe eingesetzt mit dem Ziel, die behördlichen Vorschriften zu verschärfen. Es ist nicht verwunderlich, wenn

diese Bestrebungen von denjenigen Gewerbetreibenden ausgehen, denen heute die Versteigerer in erster Linie als unliebsame Konkurrenten erscheinen: den Kunst- und Möbelhändlern. Bildete am Ende des vorigen Jahrhunderts die Arbeitsmethode des Auktionsgewerbes für den gesamten Einzelhandel ein Angriffsobjekt, so ist es heute vor allem der Kunsthandel, der durch die Versteigerungen seine Existenz bedroht sieht, und der daher in schärfster Form gegen das Gewerbe Sturm läuft.

Die seit 1929 immer weiter um sich greifende Wirtschaftskrise hat den Kunsthandel als Lieferanten ausgesprochener Luxuswaren in besonderem Maße getroffen. Die Zahl seiner Abnehmer hat stark abgenommen. Die Belebung, die von Versteigerungen ausging, kommt nicht mehr zur Auswirkung. Die mit der fortschreitenden Verkleinerung der Hausstände zusammenhängende Abgabe entbehrlicher Kunst- und hochwertiger Mobiliargegenstände drückt fortgesetzt auf die Preise und entmutigt den Kunsthandel, aus Privathand angebotene Waren aufzunehmen, so daß diese ganz von selbst dem Versteigerungsmarkt zuströmen. Die Folge davon sind die Bestrebungen, sich gegen eine solche immer stärker fühlbar werdende Konkurrenz zu wehren. Die Argumente, die dabei vorgebracht werden, sind nicht neu, und es steht auch außer Frage, daß Versuche, Versteigerungen unter Umgehung der bestehenden Vorschriften zum Zweck des Absatzes mißbräuchlich auszunutzen, noch immer unternommen werden. Alle zur Beseitigung dieser Mißstände gemachten Vorschläge münden in die Forderung ein, das Gewerbe der Versteigerer von einer Konzessionierung abhängig zu machen [75]). Hierdurch soll die Zahl der Betriebe eingeschränkt werden. Das Ziel, das die Konzessionierung anstrebt, könnte jedoch nur dann erreicht werden, wenn die Konzessionierung gleichzeitig von dem Nachweis eines Bedürfnisses abhängig gemacht würde. Bei den starken

[75]) So schon Olshausen, Geschäftsbetrieb der Versteigerer, S. 70/71; Lexis, Volkswirtschaftslehre S. 334; ferner von Thenen in der Sitzung des Einzelhandelsausschusses, Berlin, April 1927.

Schwankungen des Materialangebots erscheint es jedoch zweifelhaft, ob sich hierfür der richtige Maßstab finden ließe. Eine Konzession, die lediglich auf einer Prüfung der Zuverlässigkeit des Antragstellers beruht, wäre jedoch fast ohne jede praktische Bedeutung.

Wir haben gesehen, wie sich unter dem Einfluß des freien Wettbewerbs das Wesen der Versteigerungsbetriebe gewandelt hat. Die einstmals risikofreie Tätigkeit ist zu immer risikovolleren Methoden gedrängt worden. Der Zwang zur Steigerung des Beschäftigungsgrades birgt die Gefahr, Mißstände groß werden zu lassen. Hieran kann auch eine etwaige Verringerung der Betriebszahl nichts ändern.

Es wäre zu erwägen, ob es zum Zwecke der Reorganisation des Versteigerungsgewerbes nicht angebracht wäre, vom betriebswirtschaftlichen Standpunkt aus regulierend einzugreifen. So würde durch eine Ausschaltung jeder Garantieleistung eine bedenkliche Risikoquelle, deren Beseitigung schon wegen der Treuhänderstellung des Versteigerers wünschenswert erscheint, verstopft werden. Außerdem müßte eine engere Gemeinschaftsarbeit der einzelnen Betriebe angestrebt werden mit dem Ziel, durch zweckmäßigere Ausnutzung der der Abhaltung von Versteigerungen dienenden Räume die Generalunkosten der einzelnen Betriebe zu vermindern. Gegenseitige Abmachungen über die Gewährung von Vorschüssen und die Höhe der Provisionen könnten auch versucht werden, wenn auch ihr Erfolg im Zustand freier Konkurrenz nicht sicher erscheint. Alle zwischen Auftraggeber und Versteigerer festgesetzten Verkaufsbedingungen sollten jedoch unter dem Gesichtspunkt erfolgen, daß am Risiko für alle das normale Maß übersteigenden Aufwendungen bei den einzelnen Auktionen der Eigentümer der Versteigerungsgüter teilnehmen muß, da ihm auch in erster Linie der Verkaufserfolg zugutekommt.

Literaturverzeichnis

Autoren

Baasch, E., Die hamburgischen Waren-Auktionen vor der Einführung der Reichsgewerbeordnung, in „Forschungen zur hamburgischen Handelsgeschichte" Heft 3, 1902.

Bernheimer, L., Die Rechtsverhältnisse der an einer Kunstversteigerung beteiligten Personen, Diss. München 1929.

Constant, Ch., Manuel Pratique des Commissaires-Priseurs, Paris 1927.

Ehrenberg, R., Artikel „Auktion" im Handwörterbuch der Staatswissenschaften, herausgegeben von Elster, Jena 1924.

Hirsch, Jul., Der moderne Handel, in Grundriß der Sozialökonomie, Band 5, 2. Aufl., Tübingen 1925.

— Neues Werden in der menschlichen Wirtschaft, Jena 1927.

Hoffmann, F., Der Geschäftsbetrieb der Versteigerer in Preußen, Berlin 1929.

Jessen, J., Artikel „Auktion" im Wörterbuch der Volkswirtschaft, herausgegeben von Elster, Jena 1931.

Kröhne, Marie, Die Großhandelsversteigerungen, Tübingen 1909.

Lampe, A., Artikel „Trödelhandel" im Handwörterbuch der Staatswissenschaften, Jena 1928.

Lexis, W., Allgemeine Volkswirtschaftslehre, Berlin-Leipzig 1913.

Mellerowicz, K., Allgemeine Betriebswirtschaftslehre der Unternehmung, Berlin-Leipzig 1929.

Oberparleiter, K., Funktionen- und Risikenlehre des Warenhandels, Berlin-Wien 1930.

— Artikel „Versteigerungsmärkte" im Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, herausgegeben von Nicklisch, Stuttgart 1928.

Olshausen, Die Regelung des Geschäftsbetriebs der freien Versteigerer in Preußen, im Jahrbuch für Gesetzgebung, Verwaltung und Volkswirtschaft, herausgegeben von Schmoller, 1906, Heft 4.

Schmalenbach, Grundlagen der Selbstkostenrechnung und Preispolitik, 4. Aufl., Leipzig 1927.

Schuster, Artikel „Die Handelskontrahenten im eigenen Namen" im Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, herausgegeben von Nicklisch, 1927.

— Artikel „Hilfspersonen beim Handelsabschluß" im Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, herausgegeben von Nicklisch, 1927.

Simonsfeld, H., Der Fondaco dei Tedeschi in Venedig und die deutsch-venezianischen Handelsbeziehungen, Stuttgart 1887.

Stieda, W., Auktionen, in der Festgabe für Lexis, Jena 1907.

Süßheim, M., Das moderne Auktionsgewerbe, Leipzig, 1900.

v. Thenen, Referat in der Sitzung des Einzelhandelsausschusses, Berlin, 26. 4. 1927, in Verhandlungen des Deutschen Industrie- und Handelstages, Jahrgang 1927, Heft 7.

Anonyme

Mitteilungen der Industrie- und Handelskammer zu Berlin:
Jahrgang 1926, Heft 1, Artikel „Versteigerungen neuer Sachen".
Jahrgang 1930, Hefte 9 u. 14, Die Artikel „Versteigerungen und Ausverkäufe".
Jahrgang 1931, Heft 18, Artikel „Fingierte Zwangsversteigerungen".

Motive zur Novelle der Reichsgewerbeordnung vom 1. 7. 1883.

Motive zur Novelle der Reichsgewerbeordnung vom 30. 6. 1900.

Preußisches Ministerialblatt der Handels- und Gewerbeverwaltung 1902 und 1927.

Statistisches Jahrbuch für den Preußischen Staat, Bd. XIII, 1916.

Lebenslauf.

Ich, Ludwig Schmidt, bin am 1. September 1889 als Sohn des Kaufmanns Gustav Schmidt in Frankfurt a. Main geboren. Ich besuchte das Wöhler-Realgymnasium in Frankfurt a. M. und erlangte 1908 das Zeugnis der Reife. Anschließend absolvierte ich eine einjährige Lehrzeit in einem Fabrik- und Großhandelsunternehmen meiner Vaterstadt.

Hiernach studierte ich 1909/10 an der Akademie für Sozial- und Handelswissenschaften in Frankfurt a. M. Nationalökonomie, Privatwirtschaftslehre und Staatsrecht und besuchte fernerhin zum Studium der Staatswissenschaften und Philosophie die Universitäten Gießen, Heidelberg und Frankfurt a. M. Von einem Abschluß meiner Studien mußte ich absehen, da ich meinem Vater während langer Krankheit zur Seite stand in der Bearbeitung von Sachschäden für das Versicherungswesen. Nach dem Tode meines Vaters im Jahre 1913 widmete ich mich selbständig dieser Tätigkeit und wurde noch im gleichen Jahre als Experte vereidigt.

Nach Entlassung aus dem Heeresdienst übernahm ich 1917 die stellvertretende Leitung, 1918 die Leitung der Bezirksstellen des Städt. Lebensmittelamts in Frankfurt a. M. Mit Abbau dieser Kriegsstelle nahm ich die Tätigkeit als Experte wieder auf. Verwandtschaftliche Beziehungen führten 1923 zu einer Beteiligung an einem Auktionsunternehmen, dessen Interessen ich in den Jahren 1924—1928 u. a. in Frankreich, Holland, der Schweiz und in Südamerika vertrat.

Im Sommersemester 1931 nahm ich erneut das Studium der Staatswissenschaften und der Betriebswirtschaftslehre an der Friedrich-Wilhelms-Universität zu Berlin auf.